

書香深耕 ④

花商人參加100學年度

讀書心得暨小論文 寫作比賽作品集



中華民國101年8月

圖書館編印

小論文・1001115 梯次得獎作品

特優

| | | |
|-------------------------|------------------------|----|
| § 商業類/ 會三乙/ 陳夢文/蔡芮愉/黃郁茹 | 私、手創系の手感經濟—以阿之寶手工藝品店為例 | …1 |
|-------------------------|------------------------|----|

甲等

| | | |
|-------------------------|-------------------|-----|
| § 資訊類/ 資二乙/ 林煒哲/周子策/程光偉 | Facebook 的熱門原因及特色 | …12 |
|-------------------------|-------------------|-----|

小論文・1010331 梯次得獎作品

特優

| | | |
|-------------------------|----------------------|-----|
| § 商業類/ 商三甲/ 馬意茹/莊婉茜/黃微鈞 | 花蓮瓊林書苑經營管理與消費者滿意度之研究 | …19 |
| § 商業類/ 商三乙/ 游婷婷/許力心/林佩紘 | 創造無煙樂土—花蓮觀光行銷策略的探討 | …30 |

優等

| | | |
|------------------------|----------------------------------|-----|
| § 商業類/ 商三甲/ 謝艾欣/高苡瑄/莊傑 | 來跳曼波—「三國一餐廳」之經營模式及顧客滿意度分析 | …41 |
| § 商業類/ 商三甲/ 楊舜雯/劉玟妤/陳箴 | 潮流T 恤之行銷策略—以Pizza Cut Five 花蓮店為例 | …52 |

甲等

| | | | | |
|--------|------|-------------|--------------------------------------|------|
| § 商業類/ | 會三甲/ | 陳彥豪/吳語訢/林雅琪 | 「199」—成功與受人歡迎的原因 | …63 |
| § 商業類/ | 商三甲/ | 鄧佳容/曹雅婷/陳昱安 | 花蓮有機米之行銷策略-以富里銀川米為例 | …72 |
| § 商業類/ | 商三甲/ | 彭綺柔/許菁菁/何立揚 | 高中生對彩色隱形眼鏡之消費行為分析-以花蓮市為例 | …81 |
| § 商業類/ | 商三甲/ | 林念秋/黃鈺婷/劉樺軒 | 花蓮市高中職學生對電信業之選擇與比較以—7-Mobile 及亞太電信為例 | …92 |
| § 商業類/ | 商三甲/ | 李東陽/黃爰萱/郭佳怡 | 火鍋之神—探討花蓮鍋神涮涮鍋行銷策略與顧客滿意度調查 | …102 |
| § 商業類/ | 商三甲/ | 劉怡君/薛翔文 | 政大書城花蓮店經營模式之研究 | …112 |
| § 商業類/ | 資三甲/ | 羅悅玲/丁亦汶 | 舒潔，潔然一身。 | …123 |
| § 商業類/ | 商三甲 | 莊庭瑤/曾子耀/鄺耀婕 | 「本壽司」經營模式之初探 | …133 |

讀書心得・1001031 梯次得獎作品

特優

| | | |
|--------------------------|-------|-----|
| § 會二乙/ 吳傳文/ 回憶是一種甜蜜 | | 141 |
| § 資二乙/ 黃伶頤/ 天使遺留的筆記-讀書心得 | | 144 |
| § 會一乙/ 徐瓊茹/ 乞丐小孩 | | 147 |

優等

| | | |
|-----------------------------------|-------|-----|
| § 會三乙/ 陳夢文/ 《實在的力量》—實在去做，獲得的也是實在的 | | 151 |
| § 會二甲/ 曾子柔/ 安妮的日記 | | 155 |
| § 資二乙/ 余虹儒/ 微雨之城 | | 158 |
| § 資二甲/ 彭馨慈/ 還不是最好 | | 161 |
| § 英一甲/ 林育柔/ 夢想的第一步 | | 164 |
| § 商一乙/ 陳芊妤/ 讓人成功的棉花糖 | | 167 |

甲等

| | | |
|------------------------------|-------|-----|
| § 商三甲/ 謝芑欣/ 緊握幸福 | | 171 |
| § 商三乙/ 邱珮瑄/ 逆境不是絆腳石，而是墊腳石 | | 174 |
| § 商三甲/ 黃微鈞/ 成功的導師-巴菲特 | | 177 |
| § 英二乙/ 林蕙珏/ 在天堂遇見的五個人 | | 180 |
| § 會二甲/ 林芳瑜/ 那些年，我們一起追的女孩讀後心得 | | 183 |
| § 會二乙/ 陳詩涵/ 活出生命的色彩 | | 186 |
| § 資一丙/ 鍾育欣/ 不抱怨的世界讀書心得 | | 189 |
| § 英一乙/ 葉璿/ 邁向成功的方法 | | 192 |
| § 商一甲/ 劉佩蓉/ 巧克力戰爭讀書心得 | | 195 |
| § 商一乙/ 楊尚潔/ 混沌，重整思緒。 | | 198 |
| § 商一甲/ 李承錚/ 理直氣平 | | 201 |

讀書心得 · 1010315 得獎作品

優等

| | | | | |
|---------|-------|---------------|-------|-----|
| § 資三甲 / | 羅悅玲 / | 傾城之戀 | | 205 |
| § 商三甲 / | 鄧佳容 / | 我想念過去，我想念，我自己 | | 208 |
| § 資三丙 / | 麥劭瑋 / | 真善美 | | 211 |
| § 資二甲 / | 江珮晴 / | 人生不加框的閱讀心得 | | 214 |
| § 英二乙 / | 謝欣諭 / | 尋找自我 | | 217 |
| § 資一甲 | 許婉伶 / | 愛 | | 220 |

甲等

| | | | | |
|---------|-------|-------------|-------|-----|
| § 資三丙 / | 莊怡君 / | 有為者亦若是 | | 223 |
| § 商二甲 / | 溫家宜 / | 生命是時間做成的 | | 226 |
| § 商二乙 / | 陳如意 / | 夢想 | | 229 |
| § 資二丙 / | 陳雁琳 / | 不存在的女兒 | | 232 |
| § 商二甲 / | 黃雅萱 / | 了解人性的八堂課讀後感 | | 235 |
| § 資二乙 / | 余淨儀 / | 罪行——讀書心得 | | 239 |

特優

《商業類》

篇名：

私、手創系の手感經濟——以阿之寶手工藝品店為例

作者：

黃郁茹。國立花蓮高商。會計科三年乙班。

陳夢文。國立花蓮高商。會計科三年乙班。

蔡芮愉。國立花蓮高商。會計科三年乙班。

指導老師：

歐郁玟老師

私、手創系の手感經濟——以阿之寶手工藝品店為例

壹●前言

一、研究動機

工業革命沿革至今，亞洲成了世界工廠，產品供給量豐富，但給人的卻不是「數大，便是美」的概念，相反地，大量重覆商品帶給消費者的價值感逐漸降低，美感不復存在。現今，人們追求生活品味，開始重視「獨創性」的美感價值，以「手工創作」（手創）為代表。而「手感經濟」的來臨，無疑是復古風又捲土重來！

近來「手感經濟」的興起，對於消費者對手工商品的看法和抱持態度，本組希望進一步瞭解，，因此以阿之寶手工藝品店為例著手研究。

二、研究方式

- 〈一〉 資料分析
- 〈二〉 問卷調查
- 〈三〉 統整分析



三、研究目的

- 〈一〉 阿之寶手工藝品店的興起與創立
- 〈二〉 商品品牌與訂價
- 〈三〉 阿之寶手工藝品店的行銷與分析
- 〈四〉 提出看法與建議

貳●正文

一、 阿之寶的手感經濟

(一)、何謂手感？

知名設計師陳俊良說：「手感，是一種減法美學，是給人單純的幸福，是大量生產後的必然趨勢。手感經濟其實是一種感情經濟、感情效應。」（註一）

「手感」所傳遞出的是一種手工溫潤的感覺，關於觸覺、嗅覺、感覺，強調生活體驗到的美感，發展出專屬的經濟價值，即使也有透過非人工方式生產的，卻也強調了那種手工質感，蘊含了人性的內涵與文化的傳承，使得商品不只是一件商品那麼簡單，而給人一種純粹的幸福享受。

〈二〉手工藝品店的崛起——以阿之寶手工藝品店為例

1.關於阿之寶手創館

店家老闆說，當時已屆不惑之年，「逐漸對機械化的產品感到疲憊，平時也喜歡自己做點小手工以自娛，並享受手工帶來的溫暖」（註二），另外也感嘆花蓮很多好的資訊進不來，很想引進好東西給這裡的朋友們，因而開創了「阿之寶」。



〈圖一〉

關於店名與Logo則是有一個溫馨的由來，當初說要開店時，店家親友們都絞盡腦汁想娶個好店名，後來在一句隨口胡謔下：「不如就用女兒的小名吧！」於是，「阿之寶」就此誕生，而Logo就用女兒小時候第一次畫的自畫像，理念為：「可以用一個虛擬的小孩，以小孩的另類口吻介紹店裡老中青三代的作品，正好符合最初想用年輕的意象來介紹台灣的老產業。」〈註三〉

2.品牌

阿之寶手創館是匯集全台老中青三代不同產業及創作者的手藝與創意，不管是取材自當地盛產的材料或是本土優秀的創作者，販賣的是本土的創意以及 **Made in Taiwan**，文化內涵相當深厚，至今阿之寶販售的品牌已有 60 餘家，例如著名的「吳孟芸手工布偶」、「小綠毛植栽創作」、「大禾竹藝工坊」、「阿原肥皂」、「璃想國」、「木京杉」等等，都是堅持手創的優秀品牌。而除了手創物以外，也有傳統食品的販賣，例如果醋、醬油、冰品等。

3.展覽、講座活動

除了販賣台灣工藝商品外，阿之寶另一特色是會辦理一些藝文展覽、文化講座，加深了文化傳承的重要性，讓我們不只看到台灣工藝的外表，也看得到內涵與故事，更重要的是，這是一個可以給新銳設計師圓夢的舞台，「讓台灣工藝不僅只盤桓在舊有的傳統裡，更在其中加添新意，成為新興的文化產業」。〈註四〉

私、手創系の手感經濟——以阿之寶手工藝品店為例

4.阿之寶服務品質五構面

〈表一〉阿之寶手創館服務品質評比表

| 服務品質五構面 | 優缺點 | 說明 |
|-------------------------|-----|--|
| 可靠性 (reliability) | 優點 | 1. 多元商品可供選擇。 2. 店家起步時間早，具高知名度。 3. 店面乾淨，軟體設備、採光良好。 4. 食品類商品新鮮度良好。 5. 屢屢獲獎，台灣手藝與世界接軌。 |
| | 缺點 | 1. 店員少，尖峰時段結帳效率較差。 2. 國外顧客來台觀光日益增加，無外語解說及說明看板。 |
| 反應性 (responsiveness) | 優點 | 1. 店員親切，能夠及時應對顧客問題。 2. 隨時整理店面，保持清潔。 3. 店員不主動介紹及推銷，以維持店內安靜，不添加顧客購物負擔。 |
| | 缺點 | 1. 必須親自詢問店員，才能知道產品的詳細資料。 2. 店員需具備基本外語能力。 |
| 保證性 (assurance) | 優點 | 1. 提供試吃，並且有放置冰箱，以保持食物的新鮮度。 2. 食品取得認證證明，品質保證。 |
| | 缺點 | 1. 預訂商品需要時間。 |
| 同理心 (empathy) | 優點 | 1. 提供顧客多元的結帳選擇。 2. 提供禮券購買，可有優惠。 3. 展示品觸碰，食品類可試吃。 4. 提供展覽講座，有助顧客了解品牌。 5. 店內販賣明信片，也準備文具等讓顧客方便寄送，與親友分享心情。 6. 店家位於商圈中心，阿之寶精選全台特色商品，表現了異中有同。 |
| | 缺點 | 1. 店家位處於花蓮市區，所以停車略顯不便。 |
| 有形性 (tangibility) | 優點 | 1. 商品陳列整齊，標價清楚。 2. 商品涵蓋各年齡層喜好。 3. 商品更新速度快。 4. 員工穿著制服，形象一致。 |
| | 缺點 | 1. 由於產品都是手工製作，價格偏貴。 |

5.阿之寶 SWOT 分析

(表二) 阿之寶手創館 SWOT 分析比較表

| | |
|-----------------------|---|
| 優勢 (strengths) | 1. 充滿文化創意的行銷手法，例如不定期舉辦講座、畫作比賽、依節日推出相關促銷活動。 2. 店內有小空間展覽給顧客展覽，展品可以實際觸摸感受及試吃。 3. 商品涵蓋各年齡層喜好。 4. 部落格提供品牌介紹、線上購買。 |
| 劣勢 (weaknesses) | 1. 無法大量生產。 2. 成本高。 |
| 機會 (opportunities) | 1. 從室內活動擴大為社區活動，發展地方特色 2. 提供客製化訂購。 |
| 威脅 (threats) | 1. 機器標準化的生產，例如成本低、生產時間短、大量生產。 2. 同質商家、與他國傾銷至台灣的販賣。 |

6.手感經濟生產&標準化生產比較

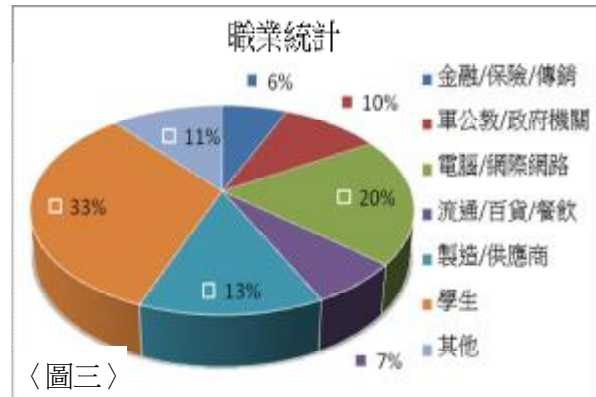
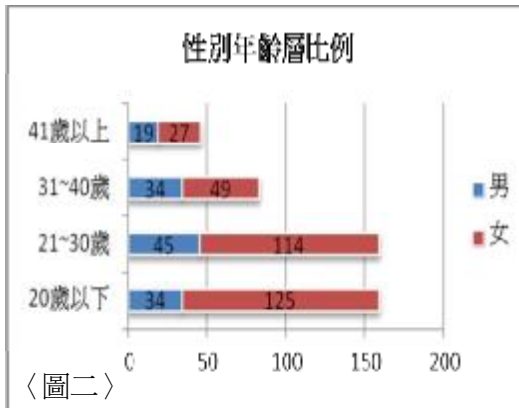
(表三) 手感生產&標準化生產分析比較表

| | 手感經濟生產 | 標準化生產 |
|-----------------|-----------------------|--|
| 成本 | 高 | 低(勝) |
| 生產時間 | 長 | 短(勝) |
| 效能 | 低 | 高(勝) |
| 數量 | 低 | 高(勝) |
| 細膩度 | 較佳(勝) | 較差 |
| 對象 | 可針對特別需求的消費者(勝) | 針對一般消費者的需求設計 |
| 產品品質規格 | 客製化(勝) | 一致性 |
| 規模 | 較小 | 較大(勝) |
| 靈活性 | 較高(勝) | 較低 (難以更改機器設定) |
| 生產活動 | 需要技術工人，主要依賴工作人員的技能和經驗 | 只需非技術工人，員工在生產上的角色主要在於監督工廠與機器，確保工廠有效率的運作(勝) |
| 協調性 | 無法事先設定轉換活動的順序和內容 | 事先設定，並完全自動化(勝) |
| 任務變異性 (錯誤率) | 高 | 低(勝) |
| 任務可分析性 (例行性) | 低 | 高(勝) |

二、 消費者問卷分析

〈一〉 基本資料分析

本文於 2011 年 7 月以網路問卷的方式調查「大眾對於手工藝品店的取向及看法：以阿之寶手創店為例」，為隨機抽樣，共發出 450 份問卷，回收 447 份有效問卷，3 份無效問卷，回收率 99%。〈圖二〉接受問卷調查的男性共 132 人，佔 29%；女性共 315 人，佔 70%；〈圖三〉是職業統計，學生為最大族群，佔 33%。

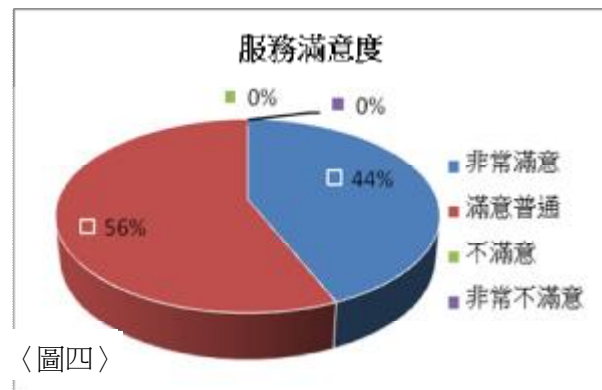


〈二〉 消費者滿意度調查

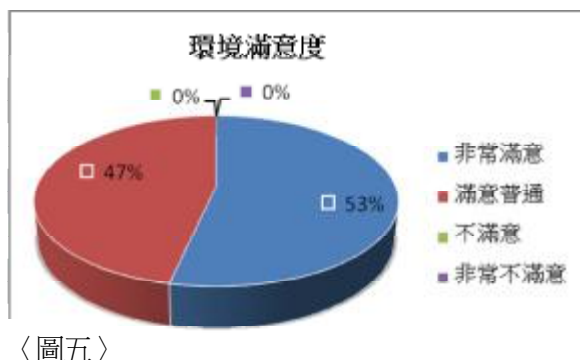
以下針對「曾去過阿之寶或線上購買的民眾」做分析調查，探究他們對店家的「服務滿意度」、「環境滿意度」、「商品滿意度」。

1. 服務滿意度

由〈圖四〉服務滿意度上，全部受訪者都屬滿意，許多消費者都認為「阿之寶的工作人員服務良好、態度親切」、「E-mail、部落格留言詢問回覆速度迅速」等，均留給顧客不錯的店家印象。



2. 環境滿意度



由〈圖五〉環境滿意程度上，消費者皆給予不錯的評價。關於這點，我們實際去探訪店家，發現不僅從店家的外觀建築、內部的裝潢擺設、商品陳列、桌椅佈置等，都充分利用空間，不致因商品雜貨多而擁擠，反而充滿了舒服且乾淨的氛圍。

3.商品滿意度

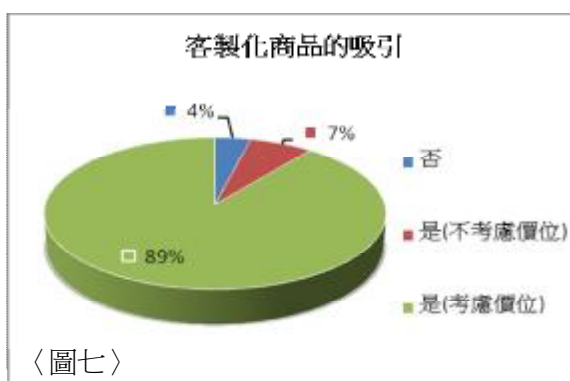
由〈圖六〉商品滿意度上，有3%的不滿意，我們在問卷上詢問到原因如下：「因為是 E-mail 訂購，所以很難自己實際去挑樣式，買到自己不喜歡的」、「手工布織的書衣，用個一兩次就脫線了」如上原因，解釋為手工不比機械化來得細密，但每一個卻都是獨一無二的。



〈三〉 消費者選購的誘因

本組找了兩項可能更吸引消費者的誘因，分別為「客製化商品」、「商品的寄送與包裝」，加以詢問，以下為問卷分析。

1. 客製化商品的吸引

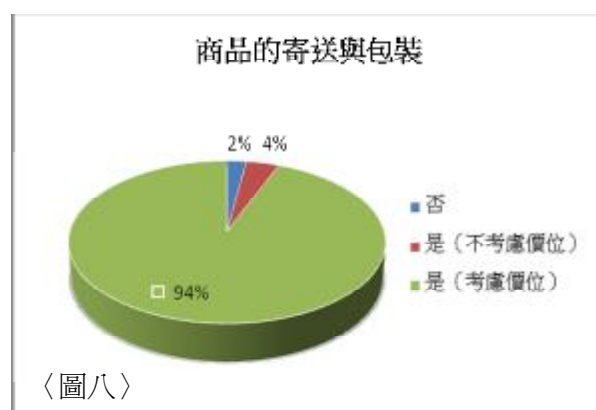


由〈圖七〉得知，在不考慮購買價位下，96%的人可以接受「客製化的商品」，接受原因問卷填寫如下：「獨特」、「具紀念性質」、「不會與他人撞到」等等……都是手工藝品店的優勢之一；而4%不接受的人，原因為：「很麻煩」、「花時間」、「萬一與自己想要的不同怎麼辦」。

可是本組認為4%無法接受的原因，「萬一與自己想要的不同怎麼辦」是有辦法盡量改善的，也許可以建議廠商先畫設計圖，或者可以讓消費者在商品上面設計、填鴨圖案，若有合意再加以訂購；而缺點就是可能造成廠商的不便。

2. 商品的寄送與包裝

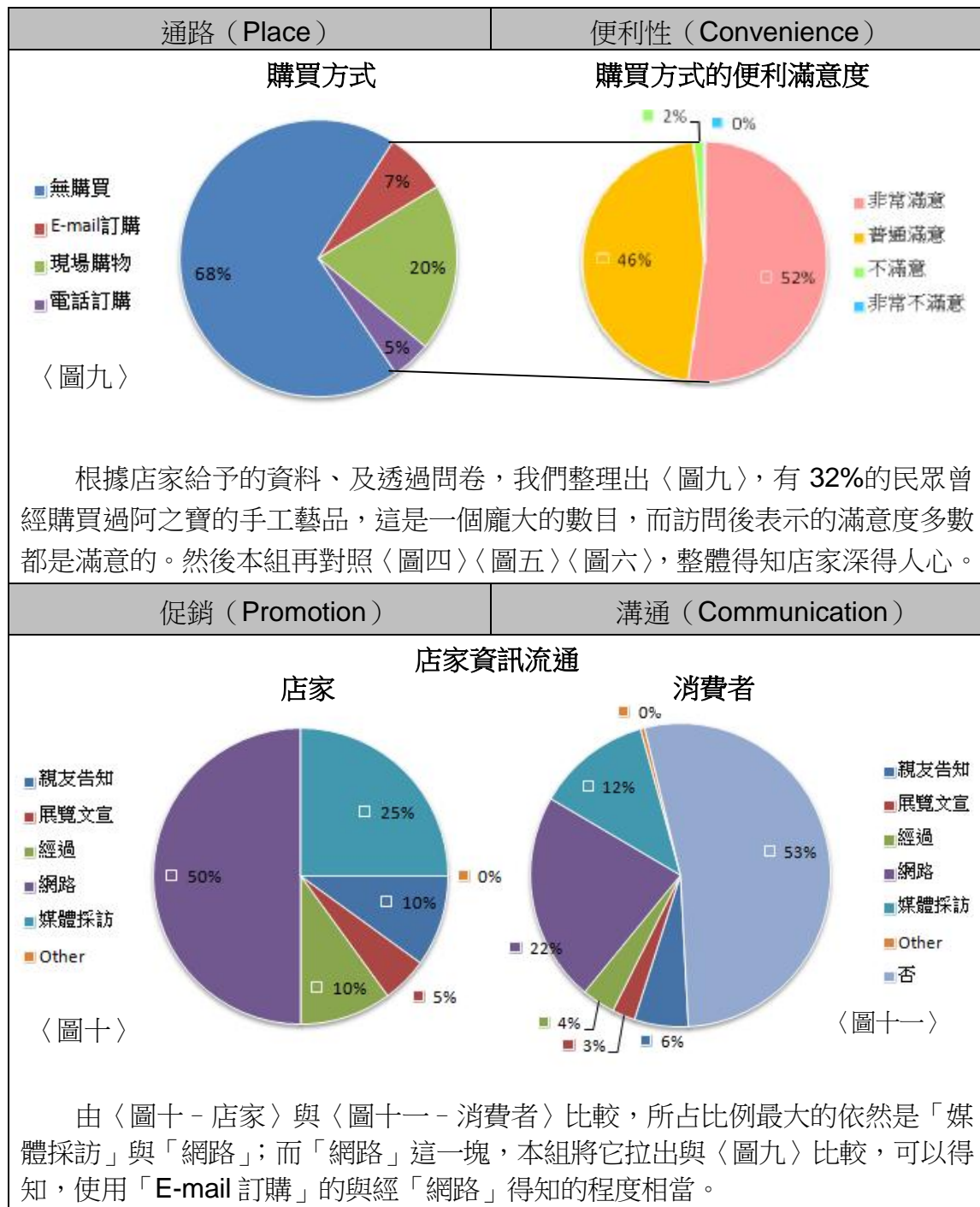
由〈圖八〉得知，有98%的人接受商家能提供商品的寄送與包裝，不僅有商品在包裝的美觀也極俱現代人所需的便利性；另外有2%的人不接受，則是認為這些優點也是缺點：「抹煞了真正的人情，也就顯示不出手工的誠意」。



〈四〉行銷組合（4P）及顧客需求（4C）分析

麥肯錫（McCarthy）所提的行銷組合（4P），及羅伯特（Robert Lauterborn）建議的顧客需求與慾望 4C，本組經整理將它們逐一對應，並依問卷資料來對照，整理圖表如下：

| 廠商 4P | | | 顧客 4C | |
|---|------|---------|--------------------------------------|-----|
| 產品 (Product) | | | 顧客的需求與慾望 (Custom needs and wants) | |
| 〈表四〉廠商供給與消費者需求的商品 | | | | |
| 商品 | 廠商供給 | 消費者需求 | 〈表五〉顧客喜歡手創品原因 | |
| 竹藝品 | 12% | 5% | 原因 | 比例 |
| 清潔用品 | 4% | 5% | 喜歡手工質感 | 23% |
| 木工製品 | 12% | 5% | 美觀/純粹喜歡 | 19% |
| 陶藝、玻/琉璃製品 | 22% | 10% | 人性化 | 5% |
| 皮製品 | 14% | 5% | 贈禮 | 12% |
| 金工製品 | 10% | 20% | Other | 0% |
| 傳統手藝 | 15% | 5% | | |
| 布製品 | 10% | 30% | | |
| 其他 | 1% | 15% | | |
| 根據〈表四〉得知，消費者較喜愛的商品比例，均與店家供應量相差 10%以上（「其他」商品，因無法判定則不予考量），本組建議未來進貨可考量更符合消費者的需求（參考〈表五〉），以達到雙方利益。 | | | | |
| 價格 (Price) | | | 顧客的成本 (Cost to the customer) | |
| 〈表六〉廠商定價與顧客願意支付成本比例 | | | | |
| 價格 | 廠商定價 | 顧客可接受價格 | | |
| 200 元以下 | 30% | 33% | | |
| 201 元~500 元 | 40% | 44% | | |
| 501 元~1000 元 | 10% | 16% | | |
| 1001 元~2000 元 | 10% | 5% | | |
| 2000 元以上 | 10% | 1% | | |
| 由〈圖六〉可以得知價格的方面，大部份消費者較能接受的價位為「200 元以下」與「201~500 元」，另外我們再對照〈圖二〉的職業比例圖，其中比例最高的是「學生」族群，而學生能負擔的成本不多，是與此圖顯示相符合的。 | | | | |



〈四〉 目標市場行銷 (STP) 實例分析

(表七) 目標市場行銷 (STP) 分析比較表

| STP \ 商品 | 手創商品 |
|----------|--|
| S：市場區隔 | 以職場人士和學生為主要消費群；其中學生雖部分屬於無經濟來源的，但卻是最有可能購買的族群。(詳見〈圖三〉) |
| T：目標行銷 | 現代人壓力益增、生活品味高，較喜歡有質感、偏療癒系的產品，而手工藝品就有此種優勢。 |
| P：市場定位 | 具手工溫潤質感，獨特的紀念價值等。 |

三、 追求手感的年代—回顧與前瞻

〈一〉 淺談台灣手工藝的危機

「台灣擁有非常多豐厚的人文資產、技藝獨特傳統工藝，除了本身以外，也是傳承了地方特有的風土物產與歷史」〈註五〉，而現今傳統手藝雖因種種因素重新讓人認識，並得到高度的評價與肯定，但同樣的也遭受許多外來的挑戰，以及內部所潛在的問題。

〈表八〉手工藝品面對內外挑戰之因素分析（註七）

| 外在因素 | 內在因素 |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 中國、東南亞等地區，以低價、粗糙的手工藝品大量傾銷海內外市場，造成嚴重的供需失衡。 2. 業者的生產線外移，台灣本土原源的手藝無法長存，而國外不諳真正手工方式，易於粗製濫造，極有可能損害原品牌商譽。 3. 傳統工藝需近供給的材料，但近年來環保意識抬頭、原料逐漸枯竭，須仰賴他國進口，來源受限、成本趨高。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 現代經濟日益成長，而傳統手藝雖目前新興起來，但恐怕後繼無人，技術難以短期學習，唯恐日漸式微。 2. 傳統手藝雖不乏有人學習，目前許多「素人藝術家」投入創作行列，卻也因如此，受過正統訓練的創作者太少，使得業界素質參差不齊。 3. 許多有特色文化的地方，為了觀光發展，而將許多工藝過度商品化，使得原本文化的真正意涵失去。 |

〈二〉 觀光帶來的轉機與危機

近年來，觀光的發展帶來了一陣懷舊商機，傳統手藝逐漸復甦，而大多數都是標榜著「DIY」、「體驗生活」、「風味餐」等等，但這些活動都是被刻意安排的、少了實際的真正文化，而例如「原住民族群的工藝因為過度相仿商品化而缺乏創意、以及原民族群感覺自身像是展覽品，不受尊重等外部成本出現」。（註六）

但真正的觀光，何嘗是如此？觀光的目的是，不是經濟需求，該是讓人學習到知識、了解文化與感受當地人情，集上文所言，本組認為「觀光」是需要「精緻化」的協助；又何謂精緻化？就是能讓人除了感受外在環境擁有當地特色、在離開當地時除了帶走紀念品，也帶走當地所賦予的美好回憶。

另外值得一提的是傳統工藝的「商品化」。在觀光產業的衝擊下，許多擁有特色的地方都做起了民俗村、紀念品店，為了迎合遊客的喜好、以及成本的壓縮，從「質」的要求，轉變成對「量」的需求後，工藝的可貴已淪為消費性的產品，使得觀光的盛行，將不是對傳統藝術的轉機，而是另一場危機了。

參●結論

綜合以上觀點與本組的分析與探討，我們可以得知「手感經濟」所創造出來的產品，不僅綜合未來、也包含過去，兩者跌宕出新的火花；而在觀察「阿之寶手創店」時，更了解了真正的文化素養，阿之寶雖然不是專業的販賣某種手工商品，卻因為販賣各式精選出來的商品，而讓許多顧客來店時感到驚奇與對商品的好奇，而在販賣同時，也精心規畫了許多展覽、講座，讓人得以窺見商品的內涵。

本組統整了阿之寶的「現在規畫與未來趨勢、建議」，如下表：

〈表九〉研究結果彙整與建議

| 現在規劃 | 未來趨勢、建議 |
|---|---|
| 1. 重視對顧客的服務。 2. 維持手工經濟的新鮮感善用新潮流。 3. 強調創意品牌合作對象與經營理念。 4. 網路行銷的方式。 5. 辦理許多藝文活動，結合本土特色，也與世界接軌。 | 1. 因商家本身具有在地色，可與政府單位合作，發展特色增加知名度。 2. 結合資訊科技創造手工經濟新動能。 3. 因與品牌合作具有原品牌優勢，成本相對的也會偏高，建議可自行開發品牌，請專人製作。 4. 可發行網路或實體問卷，以了解消費者購物心態及意見反映。 |

肆●引註資料

1. 〈表一－表九〉與〈圖二－圖十一〉，均為本組搜集問卷、文獻分析

2. 參考書目與網站：

- (註一) 吳昭怡等(2006)。手感經濟：感覺的時尚。頁 32。台灣：天下雜誌。
- (註二) 阿之寶手創館。阿之寶創店理念。檢索日期：2011/9/30。
取自：<http://blog.sina.com.tw/thetiger3/>
- (註三) 阿之寶手創館。阿之寶品牌介紹。檢索日期：2011/9/30。
取自：<http://blog.sina.com.tw/thetiger3/>
- (註四) 陳育平(2007)。原鄉時尚：八倍速驅動創意經濟。頁 23-24。台灣：天下文化。
- (註五) 張志遠等(2004)。台灣的手藝。頁 176-181。台灣：遠足文化。
- (註六) 吳錫德等(2007)。台灣製造：台灣手藝向前行。頁 19。台灣：允晨文化，文建會。
- (註七) 張志遠等(2004)。台灣的手藝。頁 189-190。台灣：遠足文化。

甲等

《資訊類》

篇名：

Facebook 的熱門原因及特色

作者：

周子策。國立花蓮高級商業職業學校。資處科二年乙班

林煒哲。國立花蓮高級商業職業學校。資處科二年乙班

程光偉。國立花蓮高級商業職業學校。資處科二年乙班

壹●前言

一、研究動機

在這資訊發達的世代，網路的頻繁使用讓生活變了步調，人們會利用網路來和彼此交流，進而發展了”社群網站”來幫助人與人縮短彼此間的距離，社群網站的範圍廣泛、多樣，裡頭提供了許多功能，而在眾多的社群網站中 Facebook 較為顯著。

我們要探討為何 FB 能夠在眾多社群網站的使用率中，佔較大的比例，研究 FB 與其他社群網站的相異之處，研究 FB 對社會、企業의 用途(廣告、打擊犯罪)，同時探討 FB 存在的威脅(隱私權、網路詐騙)。

二、研究方法

A.問卷調查法：利用「線上問卷調查法」進行探討，本組以線上問卷的方式進行資料蒐集

B.SWOT 分析

C.網路資源法：利用網路的搜尋引擎相關資訊，採集並經由本組彙整以供參考及使用。

貳●正文

一、Facebook 與 兩家社群網站 吸引人氣手法比較

A. Plurk (噗浪)

噗浪最大的特色就是在一條時間軸上顯示了自己與好友的所有訊息，在 Plurk 中，對某一條訊息的回復都是屬於該條訊息，而不是獨立的；Plurk 網頁上提供了多個時間軸、背景及控制板的主題，同時，使用者也可以使用 CSS 來自訂自己的頁面。

○噗浪的優缺點比較

| 優點 | 缺點 |
|--------------|---------------|
| 可以隨時更新訊息 | 有會員等級限制(需要積分) |
| 可以多樣形式發表訊息 | 訊息太多容易眼花撩亂 |
| 可以自行設計個人背景樣式 | 易造成網路流量壅塞 |

B.無名小站

無名小站有網誌、相簿、留言板、影片分享、揪團等服務，每個會員還會得到一頁可以填寫個人介紹的「名片」，以及名為「嘀咕」的微網誌功能。這些服務除了免費會員外，亦提供銀卡、金卡和超級金卡三種付費 VIP 會員，可使相簿、網誌、留言板的廣告消失、空間與回應、留言、好友名單上限加大。

○無名小站的優缺點比較

| 優點 | 缺點 |
|------------|----------------|
| 可以存放長篇文章 | 相簿鎖碼容易破解 |
| 可以存放相片(音樂) | 相簿上傳空間有 VIP 限制 |
| 留言版可充當通訊橋梁 | 沒有聊天室可以即時通訊 |

C.FACEBOOK

FACEBOOK 最大的特色就是塗鴉牆(留言板)，塗鴉牆的內容會被同步到各個朋友的首頁，因此可以在自己的塗鴉牆上發表一些最新狀態，也可以設定為不同步給所有好友。很多用戶可以在塗鴉牆上留簡訊息。更私密的交流則通過「訊息」(Messages)進行。訊息發送到用戶的個人信箱，就像電子郵件，只有收信人和發信人可以看到。

其第二大特色就是應用程式(Application)，包含遊戲、日曆、禮物等……。遊戲屬於網頁遊戲，在遊戲中經常需要好朋友的幫忙。例如：送禮、回贈禮物。日曆讓您能夠知道好友的生日、即將參加的活動。

○FACEBOOK 的優缺點比較

| 優點 | 缺點 |
|-----------------|-----------------|
| 有聊天室可以即時通訊 | 聊天室傳送速度慢、字體無法更改 |
| 可以從身邊朋友認識更多朋友 | 隱私權及安全性不足 |
| 內建遊戲軟件可以增加好友互動性 | 網路佔線量高造成網路擁塞 |

二、Facebook 與 兩家社群網站 SWOT 分析

A.撲浪-SWOT 分析表

| 優勢(strengths) | 劣勢(weaknesses) |
|-------------------|---------------------|
| 文章時間明確，易於掌握好友動態 | 功能方面缺乏可以上傳的空間 |
| 機會(opportunities) | 威脅(treats) |
| 許多名人使用，帶來許多商機 | 較於其他社群網站，缺乏長篇文章分享空間 |

B.無名小站-SWOT 分析表

| 優勢(strengths) | 劣勢(weaknesses) |
|----------------------------|------------------|
| 介面與功能多樣化，知名度高，有良好的策略聯盟及供應商 | 資金不足，廣告少，潛在競爭者崛起 |
| 機會(opportunities) | 威脅(treats) |
| 週邊軟體及服務，品質及文化提升，年齡曾有擴張的趨勢 | 網路不當發言、影響商譽，替代性高 |

C.FaceBook-SWOT 分析表

| 優勢(strengths) | 劣勢(weaknesses) |
|---------------------------|--------------------|
| 目前全球使用率最高的社群網站 | 資安問題(駭客入侵、網路釣魚、詐騙) |
| 機會(opportunities) | 威脅(treats) |
| web app 使用率提高,可望形成一個新虛擬商機 | 個人資料、隱私外洩，淪為不法用途 |

三、兩家社群網站與 Facebook 問卷調查

根據線上 100 名網友對於 FaceBook 的問題，製成以下數據：

1.性別

男性：32 人

女性：67 人

2.職業

學生：96 人

社會人士：4 人

3.年紀

20 歲以下：93 人

20 歲以上：6 人

4.接觸 FB 時間

一年以上：57 人

一年以內：43 人

5.是否有隱私權的感覺

有：48 人

無：52 人

8.常使用 FB 的哪種功能(複選)

關心朋友動態：64 人
玩遊戲：60 人
與朋友聊天：39 人
粉絲團：12 人
日記相簿功能：6 人

9.對 FB 的滿意度

滿意：51 人
普通：31 人
不滿意：5 人
非常不滿意：13 人

參●結論

網路上有許多的社群網站，每一個社群網站都爲了外在的威脅，不斷的進步、創新，推出各式各樣的新功能吸引民眾前來使用。但因為每個網站的功能都不盡相同，隨著社群網站大量的興起，民眾對於不同的需求而選擇不同的網站來使用，但所有的網站所必須注意使用者的個人資料及隱私權問題。經過了我們親自使用後，列出各網站的優缺點及 SWOT 加以分析各網站需改進的地方。

FaceBook：1.加強內部的安全系統，適時更新防毒及妨害客措施。
2.修改網站資源對網路佔線量的大小，使民眾在使用時，能夠更順暢。
3.改進聊天室的功能，增加字體更改及上線提示之功能。
4.加強隱私權控管，不讓自己的隱私外洩他手。
5.加強日記及相簿功能的控管，使民眾可更常使用網誌功能。

噗浪：1.更改使用介面，將介面簡單化，不讓人眼花撩亂。
2.修正會員等級制度，不讓使用者享受不到平等的功能。
3.可多增加外商廣告，創造良好的商機。

無名小站：1.加強相簿及網誌密碼強度，不讓人輕易的破解。
2.提升上傳空間量，不受 VIP 限制。
3.可設立內部聊天室，讓彼此能夠即時通訊。

上列的建議是針對各網站的缺點，每個建議都經過許多網友連署所希望能夠改進的地方，希望各網站可以加以改善，讓民眾可以享受到更高品質、更加安全及更公平的服務，進而增加各網站的商機。

肆●引註資料

一、網路資源

(1) wiki-無名小站

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%84%A1%E5%90%8D%E5%B0%8F%E7%AB%99>

(2) wiki-噗浪

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%99%97%E6%B5%AA>

(3)wiki-FaceBook

<http://zh.wikipedia.org/wiki/Facebook>

(4)奇摩知識+

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1510052909058&q=1009020412831&p=%E7%84%A1%E5%90%8D>

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1609033002384>

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1009110203219>

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1509090905716>

特優

《商業類》

篇名：

花蓮瓊林書苑經營管理與消費者滿意度之研究

作者：

黃微鈞。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

莊婉茜。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

馬意茹。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：

李翠華老師

壹●前言

一、研究動機

隨著時代的變遷，網路技術的進步，使得原本林立的實體書店受到網路書店的衝擊而紛紛倒閉，只剩些有名氣的實體店面仍屹立不搖，花蓮瓊林書苑便是歷經三十年歲月仍持續經營的成功例子。

花蓮民眾購書的地點從第一直覺的瓊林，逐漸被先後設立的書舖、批發商及網路書店所影響。儘管附近的書店來來去去，瓊林書苑依然繼續經營著。然而，為了吸引消費者的光顧，現代的書店也不再是侷限於書籍類的買賣，更是結合了許多不同的產業，包含餐飲及各類文具的銷售等等，邁向以複合式經營的商業模式。瓊林書苑也在八年前將二樓重新改成咖啡簡餐廳，開始了複合式經營。

因此我們想藉由這次的專題，研究花蓮瓊林書苑之成立背景與其經營管理，進而分析花蓮消費者對瓊林書苑的滿意程度。

二、研究目的

- (一) 了解瓊林書苑之經營管理。
- (二) 進行瓊林書苑之 SWOT 分析。
- (三) 調查消費者對於瓊林書苑的消費滿意度。
- (四) 將研究結果提供給企業作為未來改善之參考。

三、研究方法

(一) 文獻蒐集法

彙整經營管理、SWOT 分析、消費者行為、滿意度與瓊林書苑相關資料，進行瓊林書苑之經營管理與 SWOT 分析。

(二) 深度訪談法

前往瓊林書苑訪問董事長鄭淑華女士，以了解瓊林書苑經營管理之情形。

(三) 問卷調查法

本研究以問卷調查法分析消費者對瓊林書苑滿意度及其消費行為。

四、研究範圍及限制

因發放問卷地點為花蓮市區，無法推測其他地區消費者的滿意程度。又因受限於上課時間，問卷多集中於假日發放，無法分析各時段消費者滿意度之差異。

五、研究步驟

本研究之步驟如圖 1 所示：

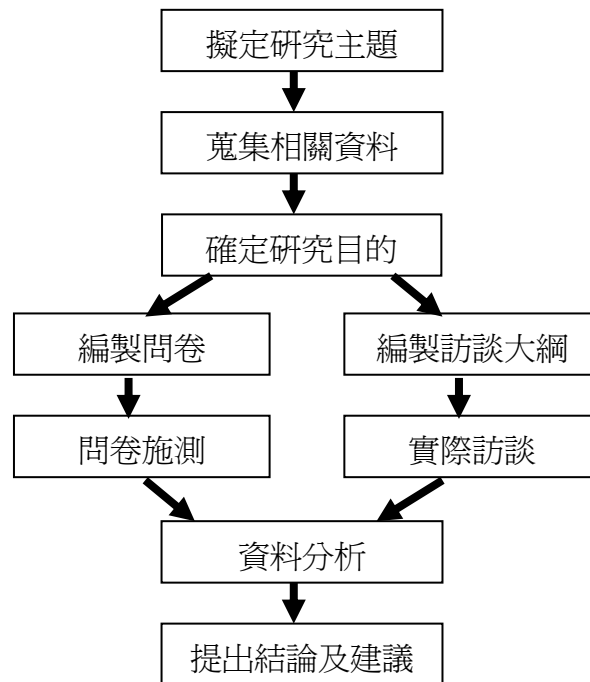


圖 1 研究流程圖

貳●正文

本研究依據文獻蒐集及訪談結果，彙整出瓊林書苑的命名、起源、經營理念與經營管理。其中訪談紀錄編碼格式為三碼，第一碼英文大寫為訪談對象，第一位數字代表訪談結果頁碼，第二位數字代表題號。如：A-1-1 代表瓊林書苑鄭淑華董事長的訪談內容第一頁第一題。

一、瓊林書苑簡介

(一) 瓊林命名

鄭淑華董事長表示：「世間上美好的事物都稱為『瓊』，而『林』有聚集的意思，所有美好事物的聚集就是『瓊林』。」(A-1-1)。明清時期的皇帝會邀請當時中舉的舉人參加宴會，那場宴會便稱之為「瓊林宴」，所以「瓊林是好的文人匯聚的地方。」(A-1-1)

(二) 瓊林起源

田德財(2011)採訪瓊林書苑時，鄭董事長提到：「她在書店當店員，看到老闆把買不起書卻喜歡看書的小朋友趕走。」所以當時她就想，如果她當老闆，絕對不會這樣。當年許下的願望，讓她打造了花蓮第一座兒童書城—瓊林書苑，讓前往瓊林購書、看書的消費者都能擁有一個能舒適閱讀的場所。

（三）歷史沿革

隨著營業的擴大，從當初巷子中的書店歷經幾次遷移，在二十年前終於遷移至現在坐落於光復街的大書店（瓊林書苑-全國專業兒童書城，2012）；鄭董事長憑著當初的信念，努力堅持至今。原本瓊林書苑一樓為一般圖書，二樓為文具部，三樓則是參考書和兒童書城，因為八年前市場結構在改變，加上多處販賣文具，因此「將二樓文具縮編至三樓，並將二樓改為咖啡簡餐廳」（A-1-2），成為複合式書局。

（四）瓊林的經營理念

鄭董事長說：「我不是只有賺錢就好，我就是想邊做邊回饋」（A-5-20）因此鄭董事長認為一位企業經營者不能都以營利為出發點，一旦有能力，就該回饋給社會。在經營的過程中，她認真的面對每一個細節，發展出一套屬於自己的經營模式，和一般企業思維不同的地方是，她以消費者的需求為考量，去規劃以及創造市場。

二、經營管理

（一）產品管理

瓊林書苑的書籍都是直接跟出版社購買，進貨的數量不一定，要看暢銷的程度，廠商在一定的數量給予折扣，這些折扣就會變成特價或打折，「進、退貨都有一定的程序，清點數量、分類、再上架」（A-2-5）；有些書流動較慢，看販賣程度，「大概三個月就會開始做退貨、換貨的動作」（A-2-5）。

（二）行銷管理

會員分為四個層次，滿 100,000 元可以成為金鑽貴賓；滿 30,000 元可以成為尊爵貴賓；滿 3,000 元可以成為白金貴賓；滿 500 元可以成為書香會員。另外有一些服務、回饋、累積點數，累積點數可以兌現金，生日當月可以優待 7 折。

表 1 會員分級制度

| 分 級 會 員 卡 | | | | |
|-----------|--|-----------------------|----------------------|--------------------|
| | 金鑽貴賓卡 | 尊爵貴賓卡 | 白金貴賓卡 | 書香會員卡 |
| 申辦條件 | 憑當日消費 滿 100,000 元即可 | 憑當日消費 滿 30,000 元即可 | 憑當日消費 滿 3,000 元即可 | 憑當日消費 滿 500 元即可 |
| 折扣優惠 | 享 7 折優惠 | 享 76 折優惠 | 享 78 折優惠 | 享 79 折優惠 |
| 其他福利 | 1.生日當月可享有 7 折優惠。 2.累積點數可兌換現金及升級會員卡。 | | | |

（資料來源：本研究整理）

（三）人事管理

鄭董事長較偏用女性員工，事實上她徵求的員工性別不限男女，學歷至少專科以上，只是她認為女性員工容易親近。她時常灌輸員工「要把自己當作老闆，把自己當作老闆才會當作是自己的事業在經營」(A-3-13)，「除了口頭獎勵和獎金之外，也會邀請員工聚餐，也鼓勵員工多閱讀，讓他們可以借書回去看」(A-3-14)，只要員工認同這個工作環境，自然而然瓊林書苑的員工流動率低。

（四）組織結構

董事長之下為行政部門，行政部門分為業務部門、門市部門以及校園書店。「業務部門由學校組以及展示組組成；門市部門負責一、二、三樓」(A-3-11)；在校園書店方面則有慈大店與東華店。如圖 2 所示：

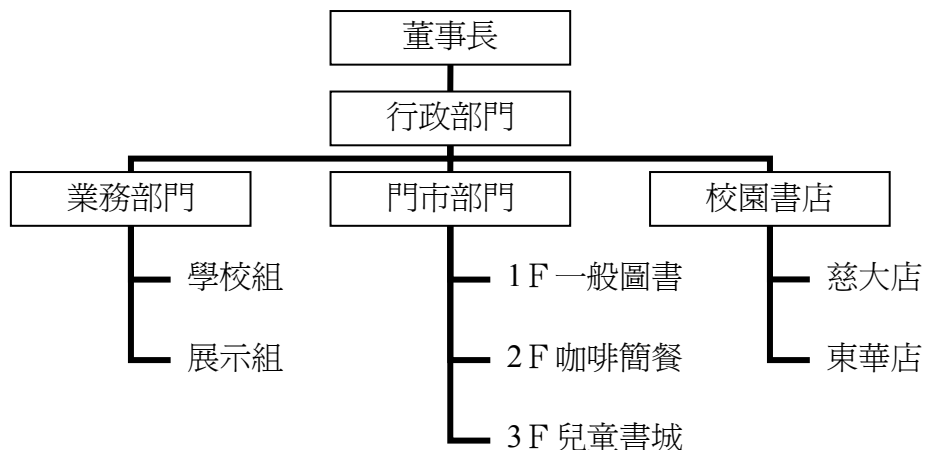


圖 2 瓊林書苑組織架構
(資料來源：本研究整理)

三、瓊林書苑之 SWOT 分析

SWOT 分析又稱為內外部環境分析，「為策略管理上常用的分析工具。」(林淑芬，2011)，「能幫助行銷人員將精力集中在關鍵問題上。」(王寶玲，2011)。林政道、朱敏慎(2008)則認為「企業在制定策略時，對於企業本身的優勢及弱點，外界環境的機會及威脅，所做之內外環境影響因素的分析。」茲將瓊林書苑之 SWOT 分析整理成下表：

表 2 瓊林書苑之 SWOT 分析

| 優勢 (Strength) | 劣勢 (Weakness) |
|--|---|
| 1.位於花蓮市區，擁有三十年悠久歷史和高知名度。 2.複合式經營，帶來固定客源及人潮。 3.提供座椅方便顧客店內閱讀。 4.擁有代訂圖書的服務。 5.商品補、換貨速度快。 6.可接受網路購物訂單。 7.可以使用會員卡及禮券，享受折扣。 8.員工流動率低。 | 1.位於市區巷子，停車較不便。 2.同業相互競爭激烈。 3.若相同商品，價格卻有所差異，則容易流失客群。 4.不易找到很久以前出版的書。 |
| 機會 (Opportunity) | 威脅 (Threat) |
| 1.多元化升學提升，增加各類參考書的銷售量。 2.未來有機會與觀光旅遊業者合作。 | 1.網路書店盛行，消費者減少。 2.網路資訊爆炸使得現代人不一定要購買書籍才能獲取知識。 |

(資料來源：本研究整理)

四、消費者滿意度調查及結果分析

(一) 問卷調查說明

本研究主要是在探討瓊林書苑經營管理與消費者滿意度。為了解瓊林書苑的顧客滿意度，本小組設計了「瓊林書苑消費者行為及滿意度調查之問卷問卷」，問卷發放時間為 2011 年 12 月 31 日至 2012 年 01 月 04 日，共發放了 200 份問卷，有效問卷 170 份，無效問卷 30 份，問卷有效率達 85%。

(二) 樣本資料

此部分將針對回收樣本之基本資料進行敘述性統計分析，藉此了解樣本的基本分布，樣本資料分布情形如表 3 所示：

表 3 樣本資料分布情形

| 類型 | 填 答 者 資 料 | | | |
|------|---|--------|--|--------|
| | 項目 | 百分比 | 項目 | 百分比 |
| 1.性別 | <input type="checkbox"/> 男性 | 22.94% | <input checked="" type="checkbox"/> 女性 | 77.06% |
| 2.年齡 | <input type="checkbox"/> 10 歲以下 | 0.59% | <input type="checkbox"/> 31-40 歲 | 7.65% |
| | <input checked="" type="checkbox"/> 11-20 歲 | 68.82% | <input type="checkbox"/> 41-50 歲 | 5.88% |
| | <input type="checkbox"/> 21-30 歲 | 13.53% | <input type="checkbox"/> 50 歲以上 | 3.52% |
| 3.職業 | <input checked="" type="checkbox"/> 學生 | 72.89% | <input type="checkbox"/> 服務業 | 9.04% |
| | <input type="checkbox"/> 工商業 | 4.82% | <input type="checkbox"/> 待業中 | 1.18% |
| | <input type="checkbox"/> 軍公教 | 10.24% | <input type="checkbox"/> 其他 | 1.18% |
| | <input type="checkbox"/> 家管 | 3.01% | | |

(資料來源：本研究整理)

(三) 消費者行為分析

1、消費者至瓊林書苑購買類型

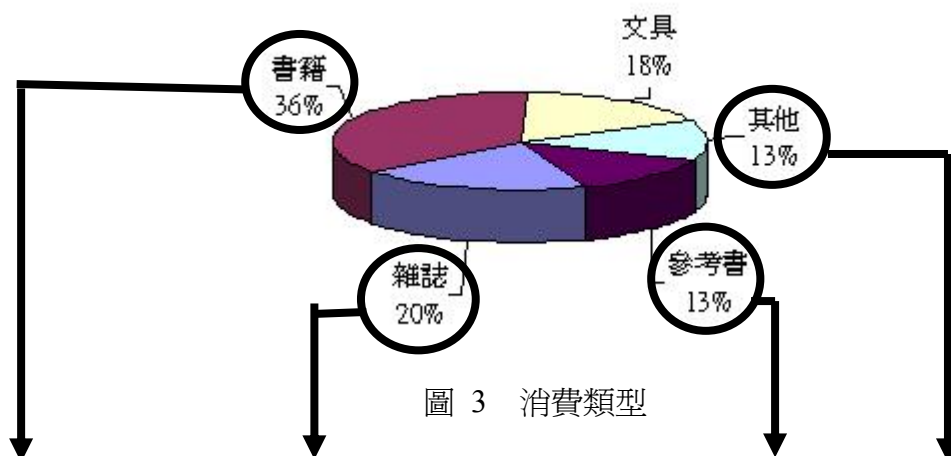


表 4 書籍消費類型 表 5 雜誌消費類型 表 6 參考書消費類型 表 7 其他消費類型

| 細項 | 比例 | 細項 | 比例 | 細項 | 比例 | 細項 | 比例 |
|-------|-------|-------|-------|---------|-------|--------|-----|
| □兒童書籍 | 6.8% | □財經雜誌 | 6.5% | □國小用書 | 13% | □其他 | 2% |
| □親子教養 | 4.5% | □生活雜誌 | 18.7% | □國中用書 | 20.4% | ■咖啡、簡餐 | 98% |
| □商業理財 | 5.9% | □語文雜誌 | 10.3% | ■高中、職用書 | 29.6% | | |
| ■文學小說 | 37.3% | □美容雜誌 | 17.8% | □高補考用書 | 11.1% | | |
| □心靈養生 | 9.5% | ■影視娛樂 | 22.4% | □一般檢定用書 | 25.9% | | |
| □藝術設計 | 5.5% | □旅遊雜誌 | 15.9% | | | | |
| □語言電腦 | 5.5% | □自然科學 | 4.7% | | | | |
| □人文科普 | 5.5% | □其他 | 3.7% | | | | |
| □生活風格 | 7.3% | | | | | | |
| □專業用書 | 12.3% | | | | | | |

(資料來源：本研究整理)

由圖 3 可知，消費者至瓊林書苑的購買類型，書籍占 36%，雜誌占 20%，參考書占 13%，文具占 18%，其他類占 13%。由此可知，消費者至瓊林書苑購買類型以書籍為最多，次多為雜誌。進一步再分析細項類別：

(1) 消費者購買的「書籍」中（見表 4）：

兒童書籍占 6.8%，親子教養占 4.5%，商業理財占 5.9%，文學小說占 37.3%，心靈養生占 9.5%，藝術設計占 5.5%，語言電腦占 5.5%，人文科普占 5.5%，生活風格占 7.3%，專業用書占 12.3%。由此可知，消費者購買的書籍中，主要為文學小說，次多為專業用書，再來為心靈養生。

(2) 消費者購買的「雜誌」中：(見表 5)

財經雜誌占 6.5%，生活雜誌占 18.7%，語文雜誌占 10.3%，美容時尚占 17.8%，影視娛樂占 22.4%，旅遊雜誌占 15.9%，自然科學占 4.7%，其他占 3.7%。由此可知，消費者購買的雜誌中，以影視娛樂為主，次要為生活雜誌，再來為美容時尚。

(3) 消費者購買的「參考書」中：(見表 6)

國小用書占 13%，國中用書占 20.4%，高職用書占 29.6%，高補考用書占 11.1%，一般檢定用書 25.9%。由此可知，消費者購買的參考書中，以高職用書為主，次要為一般檢定用書，再來為國中用書。

(4) 消費者購買「其他」的細項：(見表 7)

咖啡、簡餐占 98%，其他占 2%。由此可知，消費者在其他類為簡餐、咖啡為主。

2、消費者到瓊林書苑消費頻率

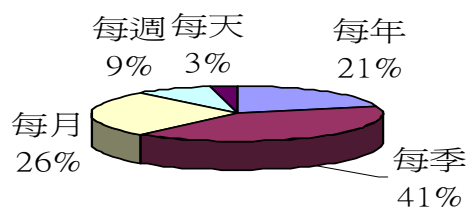


圖 4 消費者到瓊林書苑消費頻率

由圖 4 可知，消費者到瓊林書苑消費的頻率，每年去一次占 21%，每季去一次占 41%，每月去一次占 26%，每週去一次占 9%，每天占 3%。由此可知，消費者平均約一季去一次為最多，其次為每月去一次。

3、消費者每次消費金額

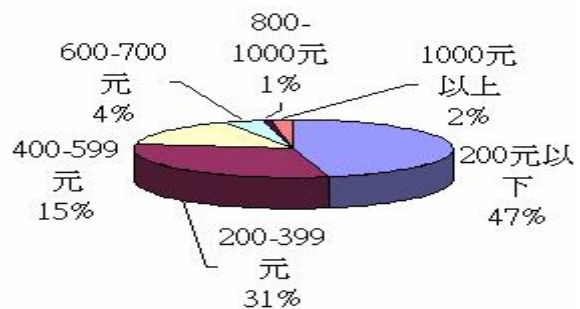


圖 5 消費者每次消費金額

由圖 5 可知，消費者每次消費金額 200 元以下約 47%，200-399 元約 31%，400-599 元約 15%，600-700 元約 4%，800-1000 元約 1%，1000 元以上約 2%。由此可知，消費者到瓊林書苑消費每次以 200 元以下為主，其次為 200-399 元。

4、消費者是否已是會員

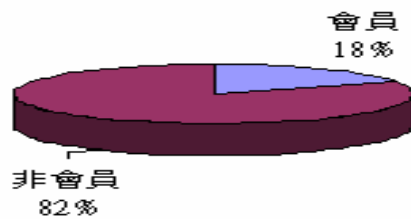


圖 6 是否已是會員

由圖 6 可知，會員占 18%，非會員占 82%。由此可知，瓊林書苑的會員不多，已加入瓊林書苑會員的受訪者只占 18%，尚有 82% 的受訪者未加入會員。

5、消費者是否願意加入會員

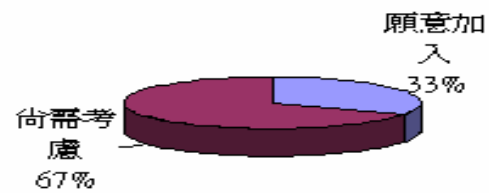


圖 7 是否願意加入會員

由圖 7 可知，願意加入瓊林會員的消費者占 33%，尚需考慮的消費者占 67%。由此可知，願意加入會員的人數超過 50%，少數仍尚需考慮，未加入會員。

(四) 消費者滿意度分析

1、服務滿意度

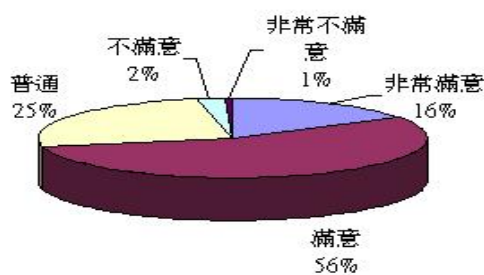


圖 8 服務滿意度

由圖 8 可知，消費者對服務態度滿意度，非常滿意占 16%，滿意占 56%，普通占 25%，不滿意占 2%，非常不滿意占 1%。由此可知，消費者大多對服務態度滿意。

2、走道空間滿意度

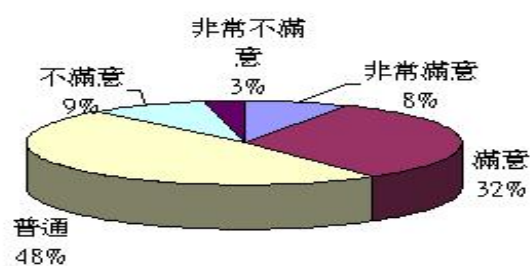


圖 9 走道空間滿意度

由圖 9 可知，消費者對走道空間滿意度非常滿意占 8%，滿意占 32%，普通占 48%，不滿意占 9%，非常不滿意占 3%。由此可知，消費者大多對走道空間滿意度為普通。

3.書籍擺設滿意度

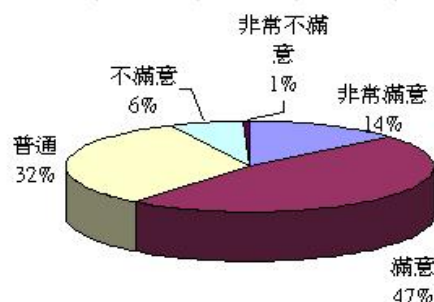


圖 10 書籍擺設滿意度

4.舒適程度滿意度

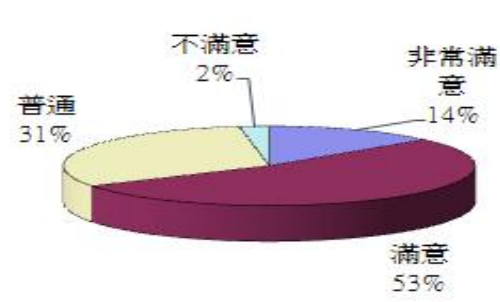


圖 11 舒適程度滿意度

由圖 10 可知，消費者對書籍擺設滿意度非常滿意占 14%，滿意占 47%，普通占 32%，不滿意占 6%，非常不滿意占 1%。由此可知，消費者大多對書籍擺設為滿意。

由圖 11 可知，消費者對舒適程度滿意度非常滿意占 14%，滿意占 53%，普通占 31%，不滿意占 2%。由此可知，消費者大多對舒適程度為滿意。

5. 地理位置滿意度

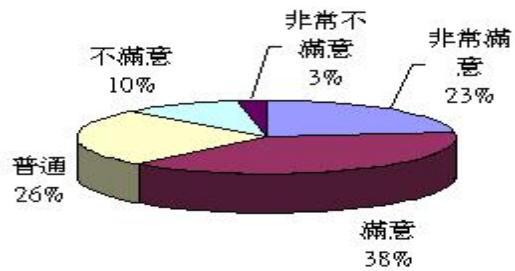


圖 12 地理位置滿意度

由圖 12 可知，消費者對地理位置滿意度非常滿意占 23%，滿意占 38%，普通占 26%，不滿意占 10%，非常不滿意占 2%。由此可知，消費者大多對地理位置為滿意。

6. 交通便利滿意度

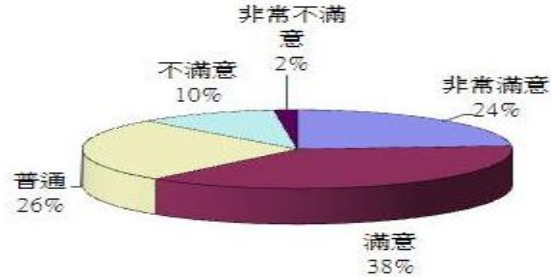


圖 13 交通便利滿意度

由圖 13 可知，消費者對交通便利滿意度非常滿意占 24%，滿意占 38%，普通占 26%，不滿意占 10%，非常不滿意占 2%。由此可知，消費者大多對交通便利為滿意。

叁●結論

一、結論

本研究經過文獻分析、業者訪談及問卷調查，探討瓊林書苑經營管理，消費者行為及顧客滿意度，得出下列結論，並提供幾點建議。

- (一) 經營管理：產品管理方面，專業人員大約為三個月就會負責商品的流動；會員得以獲得較多的福利此外折扣為其行銷策略；在人事方面，員工皆認同其工作環境，也能得到特別的福利，故流動率低。
- (二) SWOT 分析：瓊林書苑的優勢為複合式經營，且員工流動率低；劣勢是停車不便；餐廳研發養生料理，未來有機會與觀光業者合作；威脅則是網路書店盛行以其他書店所帶來的競爭。
- (三) 消費者行為：本研究彙整出消費者至瓊林書苑消費的頻率約為兩到三個月；消費金額主要為兩百元以下；而目前加入瓊林書苑會員的人數不多，有意願加入會員的人數也較少。在消費類型方面，書籍以文學小說最為暢銷；雜誌以影視娛樂最熱銷；二樓的咖啡簡餐也大受好評。

- (四) 顧客滿意度：本研究統整問卷調查結果對於服務、書籍擺設、舒適程度、地理位置、交通便利等多項方面，消費者大多都給以滿意的評價，因此可以了解瓊林書苑在消費者心目中的形象是屬於正面的。

二、建議

本研究透過消費者半開放式問卷與本論文的了解，彙整出消費者對於瓊林書苑整體的形象都偏向於滿意，但還是有些許的地方須加強，因此本研究提出幾點建議以供瓊林書苑作參考：

- (一) 推廣廣告行銷：顧客大多每隔兩、三個月才前往瓊林書苑，前往消費次數並不算高，因此本研究建議，瓊林書苑宜多推廣廣告行銷，以增加消費者前往消費的次數。
- (二) 降低會員門檻：擁有瓊林書苑會員卡的消費者少，本研究認為可能是申辦會員卡的資訊較少人知曉，因此加入會員意願較低。也經由問卷結果發現，消費者單次花費的金額不大，達不到加入會員的門檻，因而希望瓊林書苑能降低加入會員的標準，讓消費者能不需要與人合購，以便能擁有屬於自己的會員卡。
- (三) 宣傳瓊林書苑的宗旨：瓊林書苑設立之初主要以兒童教育為主，但消費者大部分購買文學小說類的書籍，兒童書籍反而較少，與當初的理念有所落差，故建議多舉行親子活動，以宣傳瓊林書苑的宗旨。
- (四) 擴展走道空間：經由消費者問卷的結果分析，本研究發現消費者對於瓊林書苑的走道空間不甚滿意，期望瓊林書苑能將走道空間增大，讓消費者有更舒適的購書環境。

肆●引註資料

田德財（2011）。鄭淑華讓兒童走進書局尋夢。更生日報，5 月 7 日。
瓊林書苑-全國專業兒童書城。2012 年 2 月 6 日，檢索自

<http://www.chiunglin.com.tw/shop/index.php>

林淑芬（2011）。專題製作最佳秘笈。新北市：台科大圖書股份有限公司。

王寶玲（2011）。行銷學概論 I。新北市：龍騰文化事業股份有限公司。

林政道、朱敏慎（2008）。企業管理 I。臺北市：啓芳出版社有限公司。

特
優

《商業類》

篇名：

創造無煙樂土 - 花蓮觀光行銷策略的探討

作者：

游婷婷。花蓮高商。商經科三年乙班。

許力心。花蓮高商。商經科三年乙班。

林珮紘。花蓮高商。商經科三年乙班。

指導老師：

洪順發老師

壹●前言

東部地區，因地勢及交通不便等因素，並沒有受到工業的過度開發，保留了许多自然景點。爲了增加花蓮的能見度以及推廣花蓮這塊好山好水好美麗的土地。我們針對花蓮地區做 **SWOT** 分析，了解花蓮藉著利用現有資源漸漸往在地產業結合文化行銷發展的現象，例如：花蓮玉里的赤科山金針花皆往休閒農業的方向發展，而花蓮也舉辦了許多活動，例如：泛舟、賞鯨、夏戀嘉年華、國際音樂會等等.....，而這些活動除了提高花蓮的知名度也提升大家對花蓮的認知，亦促進許多意想不到的商機，讓小吃店、名產店、民宿的業績成長率都增進了不少。更推廣花蓮在地美食曼波魚及七星潭柴魚。

因此將介紹本研究之研究目的、方法、範圍及步驟，分述如下：

一、研究目的

- (一)歷年各種行銷活動成效的分析。
- (二)探討花蓮觀光行銷**SWOT**的分析。
- (三)研究結果提供業界參考。

二、研究方法

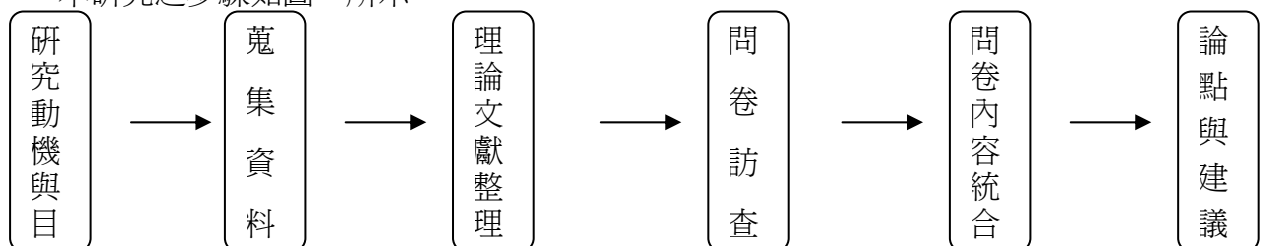
根據以上之研究目的，採用「問卷調查法」

三、研究範圍

本研究之範圍爲「花蓮地區年輕人及外地觀光客」。

四、研究步驟

本研究之步驟如圖一所示：



圖(一)研究流程圖

貳●正文

觀光產業是世界各國重視的無煙囪工業，與科技產業共同被視為是二十一世紀的明星產業。花蓮縣擁有世界級的自然景觀資源及豐富的人文特色是發展觀光事業的絕佳地區。有如此大的優勢，更應好好利用，發展出屬於花蓮的地方特色及國際優勢。以下是對於花蓮觀光行銷的分析：

一、觀光產業的意義與相關活動

觀光休閒產業係指自然資源、文化資產、交通運輸、旅館住宿、餐飲、購物中心、休閒設施、遊樂場所與旅遊服務、觀光宣傳及其他工商企業等之整合性事業，涵蓋範圍有主題樂園、博物館、藝文空間、文化中心、生態及環境休閒空間、國家風景特定區、休閒農場等，這些都是世界最大的產業。然而，在國外已經有許多國家都做了上述的轉變，而這樣的政策也為那些國家帶來豐富的利益。例如：提升國際知名度、結合觀光產業行銷、發展觀光城市、觀光休閒產業，這也為許多傳統農業帶來部份商機。因為有許多成功的例子，所以我們國家也已開始趨向這種發展，畢竟，現今社會已是注重知識的時代，以知識來創造經濟。花蓮有許多的景點都是眾所皆知的，況且，只要一提及花蓮，大家都會說好山好水好無聊，所以說，是否該改變大家所認知的無聊呢？所以近年花蓮也都朝這方面發展，因而縣政府辦了許多促進花蓮觀光行銷的活動，例如：夏戀嘉年華、國際音樂節、賞鯨、泛舟……等等。夏季的活動讓大家可以欣賞風景，也有玩樂，但卻有許多的地方可以改進，例如：交通、活動後所帶來的環境問題、活動內容的改善與檢討。

二、觀光產業之未來展望

現今，全球經濟處於一種停滯狀態，誰能打破金融僵局誰就能再度開啓國家的黃金時期，甚至影響全世界。而現在各國所重視的不再是工業經濟了，而是整合全球行銷。整合行銷背後的理念是『協調運作各項訊息，使它們的影響力達到最大』。不僅為公司集團賺取龐大利益，更發揚國家內涵，最後帶動全球經濟。將視野放大至全球，將行銷整合到國際，就能達到現在消費者所追求的『為顧客創造價值』而不是『效率』。然而『整合行銷』是策略性的運用，多種傳播工具，而對於花蓮觀光行銷的成長，交通是整合行銷的第一大要點，有效的使各種工具將說服力發揮到極致，以達到最高的綜合性績效。因此不單是廣告媒體例如電視、電台、報紙、雜誌…等之間的關連，而是加入跨越傳播工具例如公關、直效行銷、戶外形象廣告…等的連結。更進一步說，整合行銷是一種全面性的規劃概念，它包括上列廣告媒體與所有傳播工具附加價值的總和，並將這些專業領域組合在一起，以創造一致的、明確的、最大的傳播影響力。

(一)交通策略方面：

基於想要提升來花蓮觀光旅客的人數，許多人都反應於交通不便，然而。交通建設宛如房子的地基般重要。所以說，要增加花蓮觀光的旅遊人數，應該從交通檢討起，有好的交通，才有旅客，才能拓展花蓮觀光行銷。以下是由鐵路局發表的花蓮交通規劃策略：

- 1.產品策略：車廂外觀彩繪，向外招商，誘發形象互動，刺激消費者美好的購買情境。
- 2.服務策略：車上有著原住民服飾美麗的公主，提供茶水及特產點心，另有一節速簡餐車，提供咖啡、果汁、點心、便當等餐飲，車廂內打造簡易立式餐桌，窗戶加大可邊享受火車行進間美景邊品嚐花蓮在地美食。
- 3.競爭策略：由於專列係採承包制，採用直達車的概念，中途不停站，且座位旁不得有站客。
- 4.價格策略：由於提昇了服務功能，台北-花蓮平日單程車票 600 元(假日車票 700 元)，比自強號的 445 元及莒光號的 343 元要高，但因為經過整合行銷，遂依區分為自由行、半包式和豐富行等形式，以滿足不同消費者的需求。
- 5.通路策略：花蓮觀光列車的成功，在整合行銷上最值得著墨的就是通路的合作，原本台北和花蓮這兩個地區都想運用產官學的影響力，單獨承包經營權，但在這次合作產生利潤，並降低經營風險及時間成本的考量下，鐵路局、觀光局、立法院等政府單位也扮演了雙方利益關係人的角色，促成了聯合營運的商機。
- 6.媒體策略：觀光列車創造了鐵道文化之旅的新旋風，也締造了國民旅遊的無限商機，對無線及有線電視媒體、電台廣播媒體、報章雜誌平面媒體也有重大創新。
- 7.促銷策略：針對週休二日、業者週休五日的供需不平衡，以及每年只有寒暑假 3~4 個月旺季、卻有 8~9 個月淡季的營運環境，配合各地區縣市政府活動舉辦淡季促銷，例如花蓮的曼波魚季、金針花季、海上賞鯨集團結婚，都屬於非價格競爭相當好的促銷活動。

創造無煙樂土—花蓮觀光行銷策略的探討

(二)環保策略方面：

無煙囱工業代表了環保的重要性，對於花蓮這個以觀光為主體的城市，任何一點的文化背景、自然資源、人文地理對於當地人來說，都是不可或缺的寶藏。那麼環保將是一門不能省略的課題，如何在推廣觀光行銷之餘也能兼顧環保是值得我們去深入探討的。

大量旅客進入花蓮地區觀光，帶來了大量的人潮與錢潮，但須注意的是，他們也帶來了垃圾與污染，為此不僅要加強宣導，也應多增設垃圾筒以及注重垃圾分類，這樣才不會讓好山好水的花蓮環境被汙染與破壞。除此之外，對於急速湧進的花蓮觀光人潮，大眾交通工具的班次並不頻繁、價錢也不便宜，因此觀光客寧可選擇自己開車或租車，這麼一來，二氧化碳的排放量也會因此增加。所以，不僅要多增設接駁車及班次，也要適時推動搭乘火車和公車的促銷活動來解決這項問題。如此一來，不但可以促進情人間的情誼亦可以增進親子間的互動，這真是一石二鳥的好方法阿！

(三)未來目標：

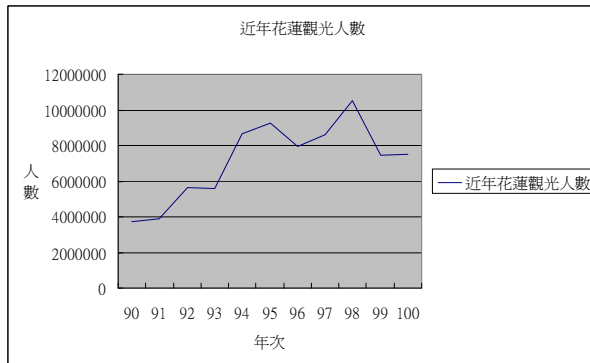
- 1.短期目標：觀光產業將當地原有的文化產業資訊化，重視並培訓傳承，協助提升數位化經營管理能力，建立觀光行銷管道，辦理產品促銷宣傳展售活動並以當地人文產業為基礎，透過社區數位營造，發掘出社區內可轉型經濟產業，成立社區數位資訊經營組織，培訓生產、管理及觀光導覽等人才，是觀光文化產業化及社區自主的典範。
- 2.中期目標：持續開發地方興新特色產業，強化其新產品技術研發，建立地方特色產業品牌或識別系統，塑造產業新形象，將經營能力及製造技術的提升，行銷通路的建立，培育專業人才指導商品設計藝術化提高產品附加價值。
- 3.長期目標：應有『永續經營』的觀點發展。異業市場結盟，透過網站服務的創意及網路與傳統行銷策略，將花蓮地區地方觀光產業做適當的結盟及連結，以達資源共享、互惠互利之永續發展。

三、歷年各種行銷活動成數的比較

由圖二中可得知，100 年度的觀光總人數和 90 年度的觀光人數相比將近多出了一倍，而 98 年更達到了花蓮觀光人數的巔峰期。而在圖三中顯示，花蓮的七

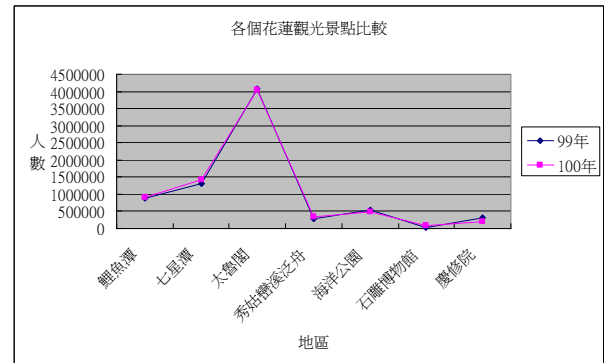
創造無煙樂土—花蓮觀光行銷策略的探討

星潭、太魯閣、秀姑巒溪等的自然風景觀光地區是大部分民眾首選的旅遊地區。在我們推廣這些自然風景保護區的同時，必定要保全它的自然景觀，讓它們永續發展下去。花蓮是短期旅遊的好地方，更是父母假期帶子女遊玩的首選地，政府用心推廣花蓮觀光舉辦的各個月份的觀光季，則平衡了淡旺季人數懸殊。這麼做不僅使來花蓮的觀光人數越發成長，也使得更多人認識到花蓮的景觀之美。



圖(二)近年花蓮觀光人數圖

(資料來源：花蓮觀光局)



圖(三)各個花蓮觀光景點比較

(資料來源：花蓮觀光局)

四、花蓮觀光行銷的 SWOT 分析

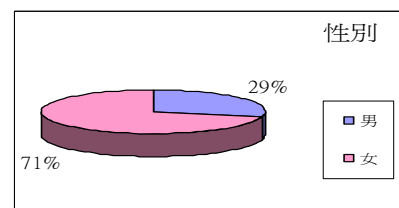
表(一) 花蓮觀光行銷 SWOT

| 優勢(Strength) | 劣勢(Weakness) |
|--------------------------|-------------------------------------|
| 1、中央山脈與太平洋是花蓮縣得天獨厚的天然資源。 | 1、觀光導覽手冊未能將全縣景點資源統一。 |
| 2、花蓮的歷史可追溯至新石器時期。 | 2、機場與港口閒置，南北交通不便。 |
| 3、熱情的原住民文化。 | 3、民宿趨向飽和，缺乏旅遊完整性。 |
| 機會(Opportunity) | 威脅(Threat) |
| 1、台鐵推出觀光列車，增加遊客意願。 | 1、交通便利將破壞自然景觀。 |
| 2、政府提倡週休二日，遊客出遊意願增加。 | 2、觀光行程未連接完善缺乏吸引力。 |
| 3、蘇花高或蘇花替的建成加速成長。 | 3、民宿重金裝潢使住宿費昂貴及交通費不低，遊客可能會選擇小額國外旅遊。 |

五、實證調查結果分析

(一)基本資料調查

1、您的性別？



(圖四)觀光者之性別

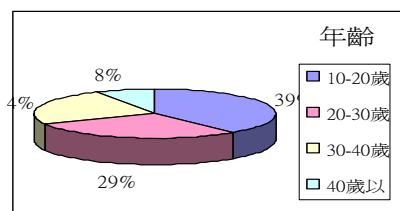
在觀光客的性別中，如圖四所示，女性占 71%，男性占 29%。由此可知，

創造無煙樂土—花蓮觀光行銷策略的探討

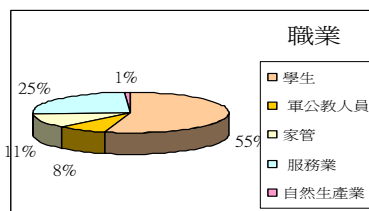
回答本問卷的調查對象多為女性。

2、您的年齡？職業？

在觀光客的年齡層方面，如圖五所示，10-20 歲佔 39%，20-30 佔 29%，30-40 佔 24%，40 歲以上佔 8%。參照問題職業層，如圖七所示可知，回答本問卷之觀光客有超過一半都以 10-30 的年輕學生為主。



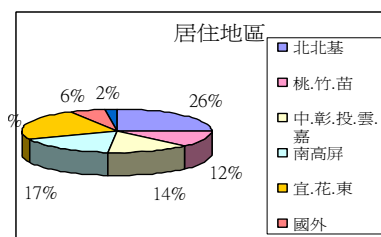
(圖五)觀光者之年齡



(圖六)觀光者之職業

3、您的居住地區？

在觀光客來源層的方面，如圖六所示，北北基佔了 26%，桃竹苗佔了 12%，中彰雲嘉投佔了 14%，南高屏佔了 17%，宜花東佔了 23%，國外佔了 6%，離島佔了 2%。由此可知，本問卷調查對象多為外地觀光客，調查結果具有可信度。

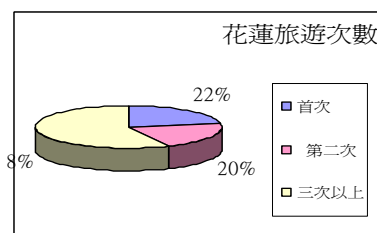


(圖七)居住地區

(二)問卷內容

1、您是第幾次來花蓮旅遊？

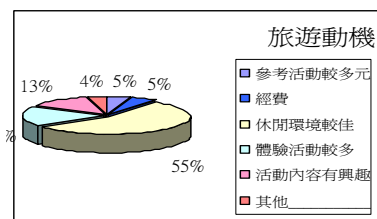
對於觀光客來花蓮旅遊次數，如圖八所示，三次以上佔了 58%，首次佔了 22%，第二次佔了 20%。由此可知，花蓮具有相當程度的回客率，足以吸引觀光客的一再回顧。



(圖八)來花蓮旅遊次數

2、吸引您來旅遊的動機？

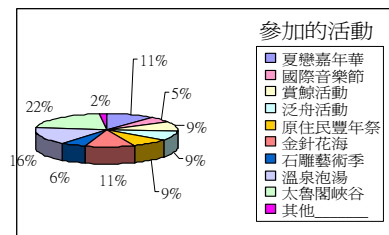
觀光客來花蓮旅遊的動機，如圖九所示，休閒環境較佳佔了 55%為最主要的動機，其次為體驗活動較多佔 18%，活動內容有興趣佔 13%。由此可知，花蓮的好山好水果然是吸引客源的主要原因。



(圖九)旅遊動機

3、來花蓮參加過那些活動？

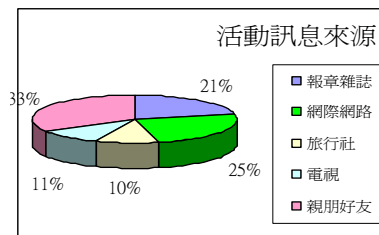
觀光客來花蓮參加過什麼活動，如圖十所示，太魯閣峽谷佔 22% 為最主要的觀光活動，溫泉泡湯次之佔 16%，其他常辦活動所佔比率相差不多。由此可知，近幾年花蓮所舉辦的各項活動成果，均對花蓮觀光產生了一定的吸引力。



(圖十)參加的活動

4、從哪裡得知活動訊息？

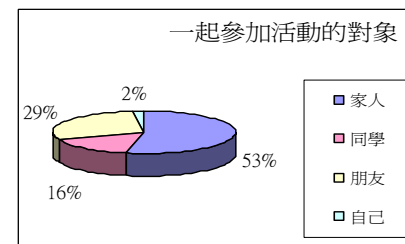
觀光客從何得知活動訊息，如圖十一所示，藉由親朋好友口耳相傳者佔 33% 比例最高，其次為網際網路佔了 25%，報章雜誌佔了 21%，電視佔了 11%，旅行社佔了 10%。由此可知，花蓮帶給觀光客的印象鮮明，值得呷好到相報；另花蓮透過媒體的行銷策略亦相當成功。



(圖十一)活動訊息來源

5、和誰一起參加活動？

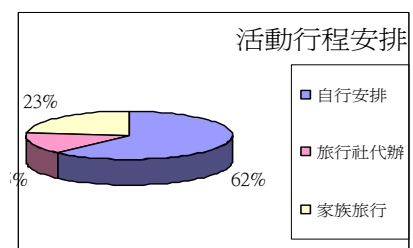
觀光客大都和誰一同觀光，由圖十二所示，家人為主要同行者佔 53%，朋友佔了 29%，同學佔了 16%，單獨旅行佔了 2%。由此可知，家庭為花蓮的主要觀光客群，未來可針對家庭旅遊開發新的觀光活動。和朋友及同學共同出遊的比率亦相當高，可見花蓮的旅遊市場日趨年輕化。



(圖十二)一起參加活動的對象

6、參加此活動行程？

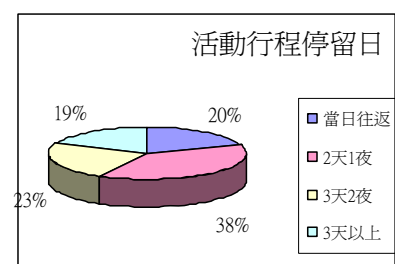
觀光客來到花蓮的行程如何安排，由圖十三所示，自行安排佔了 62%，家族旅行佔了 23%，旅行社代辦佔了 15%。由此可知，花蓮提供之住宿交通均相當便利，一般民眾均可自行安排，惟在旅行社方面可再加強開發深度旅遊或特殊行程以供消費者選擇。



(圖十三)活動行程安排

7、參加此活動行程時間？

觀光客來花蓮逗留時間，由圖十四所示，2 天 1 夜最多佔了 38%，3 天 2 夜次之佔了 23%，當天往返佔了 20%，3 天以上佔了 19%。由此可知，超過一半



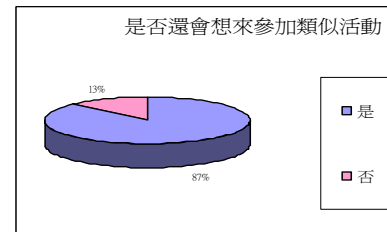
創造無煙樂土—花蓮觀光行銷策略的探討

的觀光客會在花蓮停留住宿，故提供完善的食宿、夜間娛樂活動等需求，是未來推廣觀光可考慮的重點。

8、有機會是否還會想來參加類似活動？

觀光客再度觀光的意願如何，由圖十五所示，是佔了 87%，否佔了 13%。由此可知，觀光客對目前花蓮所提供的觀光活動是呈正面肯定的。

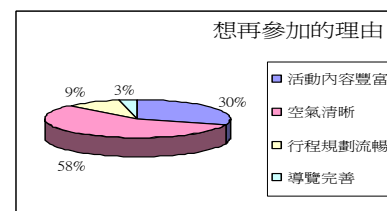
(圖十四)活動行程停留日



(圖十五)是否還會想來參加類似活動

9、想再參加的理由是？

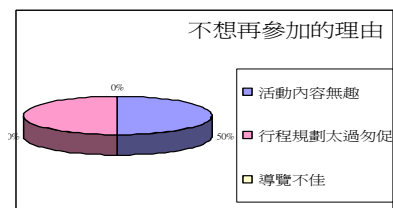
觀光客願意再度觀光的理由，如圖十六所示，空氣清新佔了 58%，活動內容豐富佔了 30%。由此可知，花蓮美好的自然環境仍是觀光客的最愛，未來開發新活動仍應以與自然環境融合為主。



(圖十六)想再參加的理由

10、不想再參加的理由是？

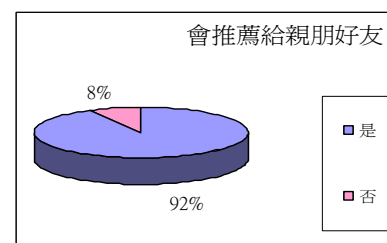
對於 13% 回答問題 8 不願意再來參加類似活動的觀光客，深究其不願再參加的原因，如圖十七，覺得內容活動無趣和行程規劃太過匆促各佔 50%。配合問題 7 參加此活動行程時間中，當日往返佔 20% 的比例來看，應是停留時間太匆促所照成，未來可規劃一日遊的行程來滿足無法停留住宿的觀光客。



(圖十七)不想再參加的理由

11、是否會推薦親朋好友參加？

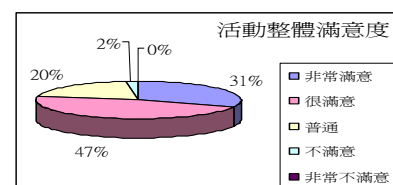
觀光客是否會推薦給其他人，如圖十八所示，是佔了 92%，表示花蓮的觀光確實在觀光客的心中留下美好的印象；至於回答否的 8%，相較於問題 8 不願意再來參加類似活動的 13%，可知就算這次不好玩，仍有 5% 的人會願意推薦親朋好友參加。



(圖十八)是否推薦給親朋好友

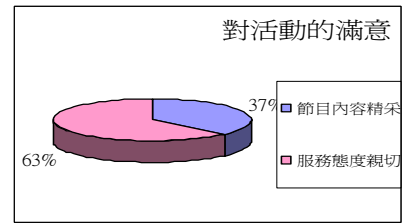
12、對所參加活動整體滿意度？

觀光客對於活動整體滿意度，如圖十九所示，很滿意佔了 47%，非常滿意佔了 31%，普通佔了 20%。由此可知，活動整體的滿意度相當高仍有努力的空間。(圖十九)對活動整體滿意度



13、您對此次活動內容最滿意的是？

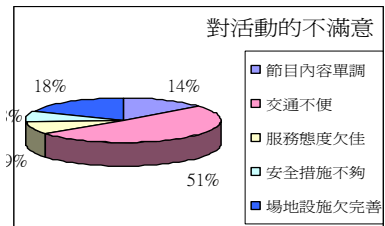
觀光客對活動內容滿意，如圖二十所示，最主要為服務態度佔 63%，節目內容精彩佔 37%，由此可知，良好的服務態度將提升整體的滿意度。



(圖二十)對活動的滿意度

14、您對此次活動內容最不滿意的是？

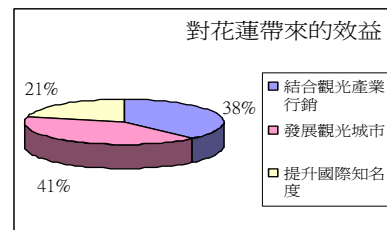
觀光客對活動內容不滿意，如圖二十一所示，交通不便佔了 51%，場地設施欠完善佔了 18%，節目內容單調佔了 14%，服務態度欠佳佔了 9%，安全措施不夠佔了 8%。由此可知，交通問題仍是花蓮推展觀光的最大瓶頸，而配合自然環境所產生的場地設施限制和節目內容亦是急需改善的部份。



(圖二十一)對活動的不滿意

15、您認為此次活動對花蓮帶來何種效益？

觀光客對於舉辦活動帶來的效益，如圖二十二，發展觀光城市佔了 41%，結合觀光產業行銷佔了 38%，提升國際知名度佔了 21%。由此可知，觀光客對花蓮發展成觀光城市的期待，和活動帶來的經濟發展及提升臺灣國際知名度。



(圖二十二)對花蓮帶來的效益

參●結論

花蓮縣政府對於藝術季都以重金邀請，「**石雕藝術季**委員劉瑞祺、**石雕家**許禮憲、**更生日報社長**謝立德、**台藝大講師**翁基峰、**維納斯藝廊**林滿津，與文化局長吳進書。」(張小菁，2012 年)；就像今年的夏戀嘉年華「**晚會最後**，同樣以點亮夜空的璀璨造型煙火，包括幸運草、愛心與貓臉等圖形，為最 **high** 的新年首夜畫下美麗的句點。」(王國榮 B，2012 年)。於花蓮在地文化獻，政府也積極興辦「**原住民文化**是花蓮的驕傲與向前的動力，因此原住民豐年祭與火神祭等各重大活動仍持續編列預算，原民館建設將動用縣長預備金支付。」(王國榮 A，2012 年)，根據以上研究結果，可歸納出以下各項之結論，分別敘述如下：

(一)結論

- 1、在活動安排策略方面，旅行社可以多安排一些天然景點的參觀來增加觀光客數，對交通方面則必須要做出更多因應措施。

創造無煙樂土—花蓮觀光行銷策略的探討

- 2、在環境策略方面，加強活動規劃的同時，應注意活動結束後所帶來的環境影響，推展觀光活動也要注重環保避免損失了台灣最後一塊美麗的後山土地—花蓮。
- 3、在媒體策略方面，網際網路以及報章雜誌抑或是電視新聞的影響力仍不容小覷，可藉由媒體傳達花蓮的好玩及特色。

(二)建議

綜合上述結論所說，對於該專題我們將分別提出以下幾點具體建議：

- 1、縣內觀光地點的觀光軟硬體服務設施的建構，以留住觀光客為先決條件。除了政府自行籌錢建設，應該多多鼓勵民間企業以資金和技術來共同參與，觀光遊憩設施的後續維護管理工作，最好能就近交給鄉鎮或社區來營運與維護。
- 2、縣政府及相關單位應該加以整合觀光行銷的策略，在每年的寒、暑假舉辦連續性的觀光活動，貫連整個花蓮縣，不集中於某鄉鎮，並且盡量保持人氣最高的幾項活動，避免失去前幾年的客源。在活動的前幾個月積極的在各媒體增加知名度，並不侷限於某報或某電視台。
- 3、有便捷的交通才方便觀光客的來訪。因此，最重要的交通建設非先做好不可，應該全面檢視花蓮縣境的旅遊觀光設施與品質，聯合旅遊業者規劃景點的交通選擇和流暢度，努力爭取提升機場和港口為國際型，不侷限於臺灣，積極進行國與國間的「觀光互惠合作」，確實掌握國際觀光潮流趨勢及當地當期優勢，將有助於花蓮觀光國際化。

肆●引註資料

啟動『觀光列車』的精靈。(2008)。檢索自<http://www.rail.com.tw/file/m12.shtml>

花蓮縣政府觀光暨公共事務處。花蓮縣觀光遊憩區遊客人數統計表，檢索自

<http://td.hl.gov.tw/files/15-1036-21841,c3576-1.php>

張小菁(2012年)。籌備石雕季產官學界聯手出擊。更生日報，3月7日，5版。

王國榮(2012年)。部落亮點 打造原住民市集。東方報，2月15日，2版。

王國榮(2012年)。閃耀金曲之夜 high 翻 2012 第一晚。東方報，1月2日，3版。

優等

《商業類》

篇名：

來跳曼波 - 「三國一餐廳」之經營模式及顧客滿意度分析

作者：

謝芡欣。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

莊 傑。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

高苡瑄。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：

李翠華老師

來跳曼波－「三國一餐廳」之經營模式及顧客滿意度分析

壹●前言

一、研究動機

花蓮夏戀嘉年華曼波魚美食節盛大舉行，曼波魚是花蓮的一大特色之一，東方報曾報導過：「近年來縣府積極推動曼波魚創意特色料理，讓花蓮獨特的地方美味聞名全省。」(王國榮，2011)

「三國一餐廳」是率先研發曼波魚料理的餐廳，做成的料理多達一百多種，是許多觀光客來花蓮都爭先嚐鮮的美食。除此之外，三國一提出『無毒餐廳，吃得安心』來響應花蓮縣打造『無毒土地』之理念」(三國一餐廳官方網站，2011)。提供了現代人所要求的美食與健康結合，是未來消費者選擇餐廳之首要條件。本研究想了解為何三國一餐廳選擇將曼波魚做成主題料理，以及其餐廳的經營模式、顧客滿意度。

二、研究目的

- (一) 了解三國一餐廳由來、現況與經營模式。
- (二) 探討三國一餐廳的 SWOT 分析。
- (三) 探討消費者對三國一餐廳的顧客滿意度。
- (四) 綜合研究結果，對三國一餐廳提出具體建議，做為未來經營之參考。

三、研究方法

- (一) 文獻蒐集法：利用三國一餐廳的 facebook、官方網站以及報章雜誌相關報導蒐集其成立背景及相關資料，彙整出三國一之相關資訊。
- (二) 深度訪談法：透過實地訪問店家，了解經營理念及成立背景。
- (三) 實地觀察法：利用課餘時間，前往三國一餐廳用餐，觀察餐廳內部擺設、交通位置及用餐氣氛等。
- (四) 問卷調查法：設計「三國一餐廳顧客滿意度問卷調查」，藉由問卷調查結果，分析消費者的喜好及想法，再依據分析結果提出具體的建議，以利店家參考。

四、研究限制

本研究因人力、地區以及時間上等限制，所以發放問卷之研究範圍僅限於花蓮地區。又因時間限制，問卷調查時間主要在假日及晚間進行。

五、研究步驟

本研究之步驟，如圖 1 所示：

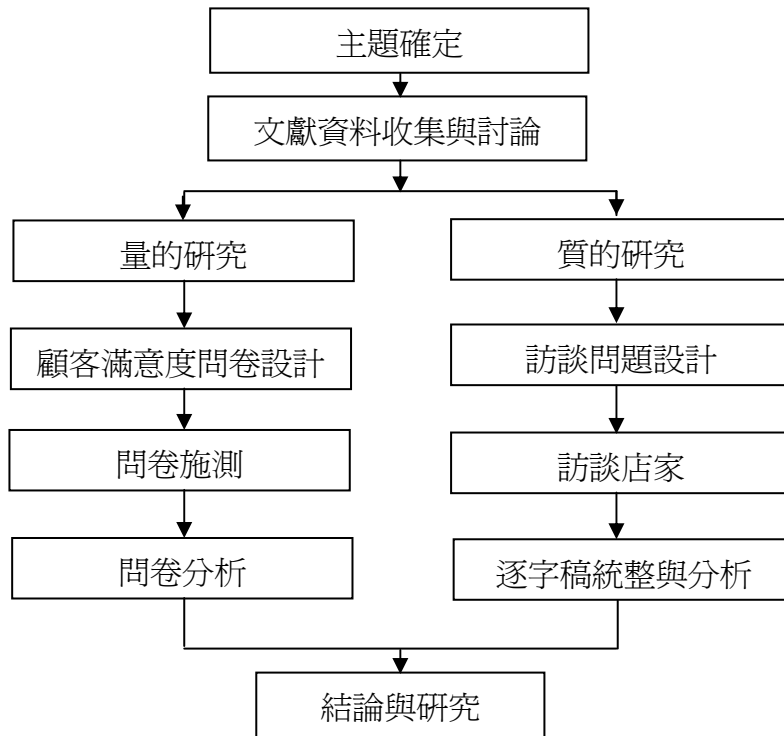


圖 1 研究步驟圖

貳●正文

一、三國一餐廳訪談內容

本研究採深度訪談法來探討三國一餐廳的經營模式，其訪談記錄編碼方式為三碼；第一碼為英文字母大寫，代表訪談對象；第二碼為逐字稿頁數；第三碼為逐字稿該頁題號。例如「A-1-1」代表三國一餐廳老闆莊文登的訪談內容第 1 頁中第 1 題。

（一）三國一餐廳介紹

三國一餐廳老闆莊文登表示：「三國一就是三國統一，第一名的意思，所以用這名字來提醒三國一做餐飲業的企圖心」(A-2-16)。以華麗的外貌和精緻的內部景觀，及親切的服務，讓花蓮人享受高品質的料理。三國一餐廳營業時間為一個禮拜七天：週一至週日 上午 11:00~下午 14:00；下午 17:00~晚上 21:00。

來跳曼波－「三國一餐廳」之經營模式及顧客滿意度分析

表 1 三國一餐廳重要記事表

| 日期 | 重要記事 |
|----------|---|
| 民國 89 年 | 將拉麵、日本料理與泡沫紅茶結合，成立「三國一休閒茶坊」。 |
| 民國 90 年 | 更結合中、西、日式餐飲，提供泡沫紅茶、商業簡餐、團體餐敘、喜宴合菜、高級會議中心、卡拉 OK，並更名為「三國一休閒餐廳」。 |
| 民國 91 年 | 與花蓮縣政府、花蓮區漁會共同舉辦「翻車魚美食季」，合作推動花蓮特有魚類翻車魚。 |
| 民國 92 年 | 三月榮獲「曼波食神獎」，四月翻車魚正式更名為曼波魚，為花蓮「曼波魚季」拉開序幕。七月榮獲衛生局衛生優良獎。 |
| 民國 93 年 | 成為花蓮縣首家無毒農業示範餐廳，提出『無毒餐廳，吃得安心』取得多項代表健康訴求與環保概念的認證。 |
| 民國 101 年 | 三國一餐廳將會朝喜宴的目標去執行，引進先進地區的理念，將曼波魚餐點能夠具體呈現。 |

(資料來源：本研究整理)

(二) 三國一餐廳經營模式

「經營模式為兩個層次；著重在組織與組織間的外部互動與有關人力、財務、部門等營運性的設計規劃」（王凱立，2001）。透過訪談店家，以下為本組整理出的經營模式。

1、讓消費者倍感重視

三國一餐廳在每樣套餐內，會將曼波魚的每個部位淋漓盡致地呈現。此外，「服務人員在每樣餐點上桌時，都一一解釋餐點之特色」(A-1-6)，讓每位顧客知道自己吃的是魚的哪個部位，對我們身體有何幫助。

2、員工的要求及訓練

要求員工對餐點要有全面性的深入了解，在送餐時，才向顧客清楚解釋，也需向每位顧客詢問餐點是否滿意，做到每個層面都盡善盡美。

3、與地方旅行社合作

「藉著與地方旅行社的合作，外地客來到花蓮必定會到三國一餐廳嚐鮮」(A-1-8)。因此，三國一餐廳的營業額，外地客佔了大部分的比例。

來跳曼波－「三國一餐廳」之經營模式及顧客滿意度分析

4、不斷創造獨特的鮮美餐點

三國一餐廳將曼波魚做成一百多種料理，包括生魚片、握壽司定食、曼波豆腐等豐富美食。此外，「每隔半年，在餐點上都會作定期的研發與更新，菜單也會全面的更新」(A-2-13)。

如果是曼波魚愛好者，絕對要來光臨三國一餐廳。三國一餐廳的甜點響徹雲霄，提供全台唯一用曼波魚做成的冰棒、現打果汁、曼波膠原茶凍、曼波蒟蒻，其中最受歡迎的就是曼波魚果汁，是不可或缺的人氣餐點。



(資料來源：實地訪談時所拍攝)

5、提升為花蓮知名地標

三國一餐廳在曼波魚餐點上有一百多種的研發，當外地客來到花蓮，三國一餐廳已是一個必定要去的重要指標。

6、文化展望

「三國一會朝文化的層面去走，譬如說教育面、生態面，才能吸引觀光客，在花蓮永遠做代表性」(A-2-15)。讓顧客除了能嚐到曼波魚的料理，也能了解曼波魚的歷史背景及會在何處海域出現，讓顧客有較深層面的體驗。



(資料來源：實地訪談時所拍攝)

來跳曼波－「三國一餐廳」之經營模式及顧客滿意度分析

(三) 三國一餐廳 SWOT 分析

「SWOT 分析又稱內外部環境分析，S 代表企業內部優勢，W 代表企業內部劣勢，O 代表企業外部機會，T 代表企業外部威脅。」(林淑芬，2011)，以下為本組彙整之三國一餐廳 SWOT 分析表：

表 2 三國一餐廳之 SWOT 分析

| 優勢 (Strength) | 劣勢 (Weakness) |
|---|--|
| 1、花蓮第一家以曼波魚為主的主題餐廳 2、採用最新鮮的食材，給顧客最好的品質 3、追求創意，提供顧客從未吃過的食物 4、特製曼波飲料，獨特吸引人 5、服務生上菜時，清楚介紹餐點的特色 | 1、重視餐點品質，造成食材成本較高 2、官方網站缺少更新，缺乏店家最新動態 3、無停車位，造成不方便 |
| 機會 (Opportunity) | 威脅 (Threat) |
| 1、外地客來花蓮旅遊人數增多 2、消費者重視餐點多樣性及創意餐點 3、藉由其他企業連帶宣傳推動曼波魚，能夠擴展知名度 | 1、在地曼波魚餐廳日漸趨多，競爭威脅增加 2、同業的廣告行銷競爭 3、物價上漲，成本愈來愈高 |

(資料來源：本研究整理)

二、三國一餐廳之顧客滿意度問卷分析

顧客購買後之滿意程度，視使用後之感受是否符合顧客原先的期望而定。黃俊英定義顧客滿意度為：「一個人感覺到愉快或失望的程度」(黃俊英，2007)。

為了解三國一餐廳的消費者行為，本研究採問卷調查的方式，主要調查的方向有消費者對三國一餐廳的認識及影響消費者購買的決策因素。發放的地點為花蓮市市區，發放時間為 2011 年 12 月 07 日至 2011 年 12 月 22 日，共發出問卷 210 份，已回收 210 份，經過篩選後有效問卷為 202 份，回收率為 96.19%。

(一) 基本資料分析

表 3 顧客滿意度問卷調查之基本資料

| 類別 | 選項 | | | |
|----|---|-----|---------------------------------------|-----|
| 性別 | <input type="checkbox"/> 男 | 45% | <input checked="" type="checkbox"/> 女 | 55% |
| 年齡 | <input checked="" type="checkbox"/> 16-25 歲 | 56% | <input type="checkbox"/> 46-55 歲 | 10% |
| | <input type="checkbox"/> 26-35 歲 | 17% | <input type="checkbox"/> 56-65 歲 | 2% |
| | <input type="checkbox"/> 36-45 歲 | 15% | | |
| 職業 | <input checked="" type="checkbox"/> 學 生 | 42% | <input type="checkbox"/> 待 業 | 3% |
| | <input type="checkbox"/> 服務業 | 19% | <input type="checkbox"/> 家 管 | 3% |
| | <input type="checkbox"/> 資訊教 | 11% | <input type="checkbox"/> 金融服務 | 3% |
| | <input type="checkbox"/> 軍公業 | 11% | <input type="checkbox"/> 其 他 | 3% |
| | <input type="checkbox"/> 工商業 | 5% | | |

(資料來源：本研究整理)

(二) 消費者行為分析

1、是否去過三國一餐廳用餐

從圖 8 可得知 76%的人去過三國一餐廳，24%的人還未去過用餐；其中 24%未去三國一用餐的原因為(見表 4)沒聽過佔了 49%，沒考慮過則佔了 22%，因餐廳交通而未去用餐的佔 11%。

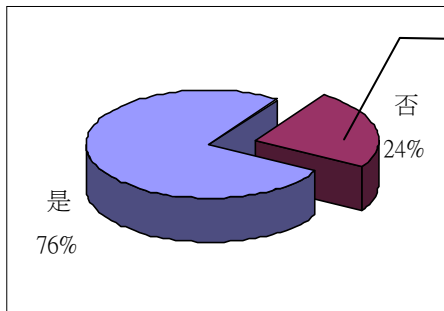


圖 8 是否去過用餐

表 4 未去過用餐的原因

| 原因 | 百分比 | 原因 | 百分比 |
|---|-----|-------------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> 餐廳價位 | 9% | <input type="checkbox"/> 沒考慮過 | 22% |
| <input type="checkbox"/> 餐廳交通 | 11% | <input type="checkbox"/> 其 他 | 9% |
| <input checked="" type="checkbox"/> 沒聽過 | 49% | | |

(資料來源：本研究整理)

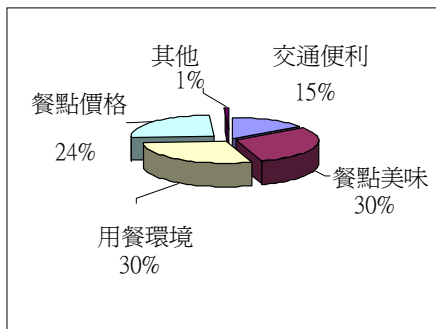


圖 9 用餐注重的條件

2、消費者用餐注重的條件

由圖 9 可以知道消費者用餐時注重的條件，餐點的美味和用餐環境皆佔了 30%，餐點價格則佔了 24%，交通便利則佔了 15%，可見因社會文明的進步人們對於用餐環境的要求也逐漸提高。

3、消費者到三國一餐廳用餐次數

從圖 10 可知，到三國一用餐次數 1 次佔最多 53%，2 次佔 22%，5 次以上佔 13%，3 次佔 8%，4 次則佔 4%。由此可知，來三國一餐廳用餐之顧客多為初次消費。

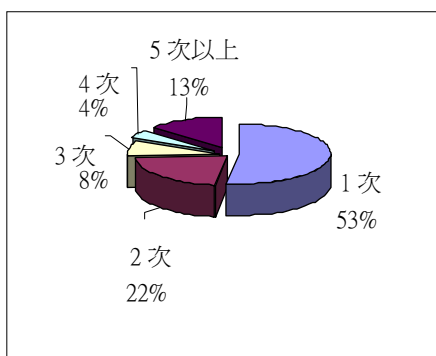


圖 10 用餐次數

來跳曼波－「三國一餐廳」之經營模式及顧客滿意度分析

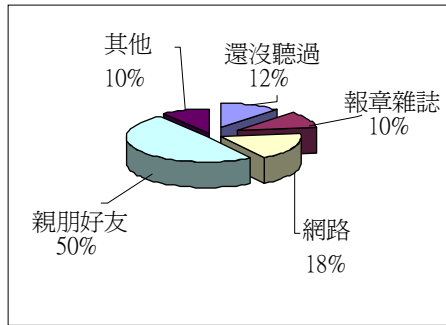


圖 11 從何得知餐廳訊息

4、消費者從何得知餐廳訊息

由圖 11 可以知道消費者從親朋好友得知三國一的餐廳訊息最多，佔 50%，從網路得知三國一餐廳訊息佔 18%，由此可知，透過網路得知餐廳訊息之比例並不高。

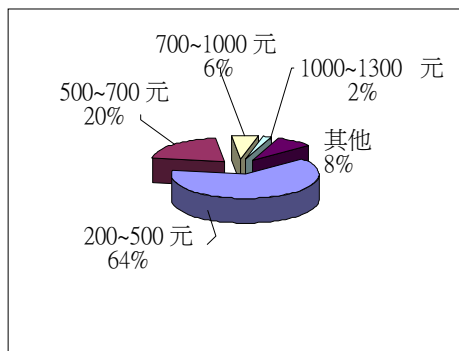


圖 12 餐點價格可接受範圍

5、消費者對於餐點可接受價格

由圖 12 可知，消費者可接受的價格範圍為 200~500 元，佔 64%，是超過一半的數量，由此可知，消費者對於用餐的價格接受範圍偏向於低價為主。

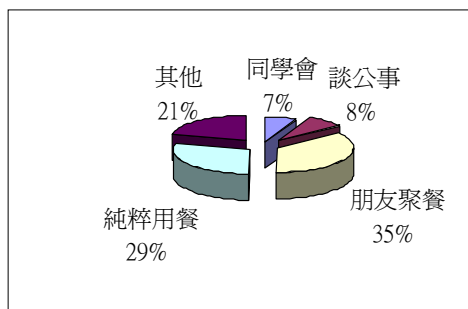


圖 13 什麼情況用餐

6、消費者在什麼情況下用餐

由圖 13 可知，消費者到三國一餐廳用餐的理由為朋友聚餐最多，佔 35%，純粹用餐佔 29%，其他佔 21%，談公事佔 8%，同學會佔 7%。由此可知，消費者多會選擇三國一餐廳為聚餐的地點。

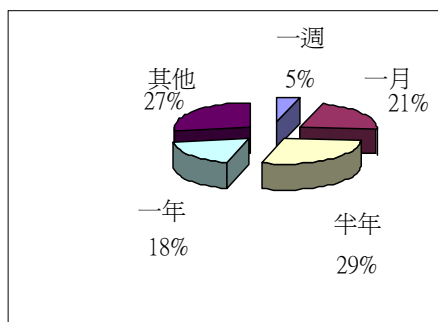


圖 14 用餐頻率

7、消費者用餐頻率

從圖 14 可以發現，到三國一餐廳用餐頻率，半年占最高 29%，其他包含的原因有只去過一次和很久沒去，佔 27%，一個月佔 21%，一年佔 18%，一週佔 5%，由此可知，消費者到三國一餐廳用餐的頻率是很低的。

來跳曼波－「三國一餐廳」之經營模式及顧客滿意度分析

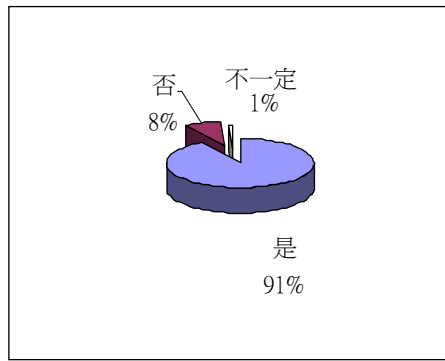


圖 15 是否繼續去用餐

8、消費者日後是否繼續光臨

觀察圖 15，日後會繼續到三國一餐廳用餐的消費者佔 91%，不會則佔 8%，不一定佔 1%。可見消費者日後再度光臨的意願極高。

(三) 顧客滿意度分析

根據表 5 顯示，除了「餐點價格」、「樣式擺設」、「網路行銷」以及「停車便利」這四點的顧客滿意度是尚可外，其餘的十點，顧客滿意度都是呈現滿意的狀態。由此可知，將顧客滿意度尚可的這四點加以修正，三國一餐廳就可以將不足的改進，帶給消費者更好的消費品質。四點尚可的顧客滿意度，本組將於結論與建議中給予建議。

表 5 顧客滿意度分析表

| 問卷內容 | 問卷項目 | 百分比 | 問卷項目 | 百分比 |
|---------|--|-----|--|-----|
| 1、外觀設計 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 14% | <input checked="" type="checkbox"/> 滿意 | 60% |
| | <input type="checkbox"/> 尚可 | 25% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 0% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 1% | | |
| 2、營造氣氛 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 9% | <input checked="" type="checkbox"/> 滿意 | 53% |
| | <input type="checkbox"/> 尚可 | 35% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 2% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 1% | | |
| 3、餐點價格 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 2% | <input type="checkbox"/> 滿意 | 43% |
| | <input checked="" type="checkbox"/> 尚可 | 52% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 2% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 1% | | |
| 4、內部裝潢 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 6% | <input checked="" type="checkbox"/> 滿意 | 61% |
| | <input type="checkbox"/> 尚可 | 32% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 1% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 1% | | |
| 5、樣式擺設 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 7% | <input type="checkbox"/> 滿意 | 44% |
| | <input checked="" type="checkbox"/> 尚可 | 46% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 3% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 1% | | |
| 6、網路行銷 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 4% | <input type="checkbox"/> 滿意 | 37% |
| | <input checked="" type="checkbox"/> 尚可 | 55% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 3% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 1% | | |
| 7、餐點多樣性 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 6% | <input checked="" type="checkbox"/> 滿意 | 49% |
| | <input type="checkbox"/> 尚可 | 43% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 0% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 2% | | |
| 8、上菜速度 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 9% | <input checked="" type="checkbox"/> 滿意 | 49% |
| | <input type="checkbox"/> 尚可 | 43% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 1% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 2% | | |
| 9、人員服務 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 15% | <input checked="" type="checkbox"/> 滿意 | 45% |
| | <input type="checkbox"/> 尚可 | 37% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 1% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 2% | | |
| 10、環境清潔 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 11% | <input checked="" type="checkbox"/> 滿意 | 52% |
| | <input type="checkbox"/> 尚可 | 35% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 0% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 2% | | |

來跳曼波－「三國一餐廳」之經營模式及顧客滿意度分析

| | | | | |
|---------|--|-----|--|-----|
| 11、停車便利 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 8% | <input type="checkbox"/> 滿意 | 37% |
| | <input checked="" type="checkbox"/> 尚可 | 46% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 6% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 3% | | |
| 12、地理位置 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 7% | <input checked="" type="checkbox"/> 滿意 | 46% |
| | <input type="checkbox"/> 尚可 | 43% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 2% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 2% | | |
| 13、用餐氣氛 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 9% | <input checked="" type="checkbox"/> 滿意 | 56% |
| | <input type="checkbox"/> 尚可 | 34% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 1% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 0% | | |
| 14、菜單設計 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | 8% | <input checked="" type="checkbox"/> 滿意 | 46% |
| | <input type="checkbox"/> 尚可 | 44% | <input type="checkbox"/> 不滿意 | 1% |
| | <input type="checkbox"/> 非常不滿意 | 1% | | |

(資料來源：本研究整理)

參●結論

本研究探討三國一餐廳之經營模式及顧客滿意度。透過文獻資料的蒐集、實地訪談餐廳業者，並發放問卷之後，本研究歸納統整以下結論與建議：

一、結論

(一) 三國一餐廳之經營模式

三國一餐廳於民國 89 年成立，逐年不斷地與業界合作，藉以提昇知名度以達到間接宣傳的目的。以及經營模式及餐點的漸進創新。預計今年 7 月將會轉型朝喜宴的方向前進。

三國一餐廳的經營模式有六，分別為：「讓消費者有被重視感」、「員工的要求及訓練」、「與地方旅行社合作」、「不斷創造特色餐點」、「提升為花蓮知名地標」和「文化展望」。其中，文化對三國一餐廳來說是一個最重要的理念核心。

(二) 三國一餐廳 SWOT

三國一餐廳的內部優勢為擁有獨創曼波魚的創意料理，內部劣勢則是食材成本較為高昂，而外部機會是藉由其他企業連帶宣傳推動，再者，外部威脅為在地曼波魚餐廳日漸趨多。

(三) 顧客滿意度

關於顧客滿意度，本組統整問卷調查結果，關於外觀設計、餐點多樣性、上菜速度、菜單設計、環境清潔、地理位置、用餐氣氛與人員服務等多項，消費者均給以滿意的答案，消費者對三國一餐廳滿意度的前三名為外觀設計、內部裝潢、用餐氣氛，後三名為餐點價格、停車便利、網路行銷，這三項是消費者較不滿意的，以下本組將針對這部份給予店家建議。

二、 建議

（一）價格合理化

餐點價格在顧客滿意度調查中呈現尚可，有少許顧客反應三國一餐廳的餐點過高，因此，本組建議三國一餐廳可以針對這個問題，推出一些有關曼波魚的低價套餐，以供消費者參考。

（二）更新樣式裝潢

樣式裝潢在顧客滿意度調查中呈現尚可，從這裡可以推出，因三國一餐廳從 89 年成立至今已有 13 年的期間，店內有許多擺設物品稍嫌老舊，本組建議三國一餐廳能將店內定期做一個物品汰舊換新的行動，讓消費者能時時刻刻感到新鮮。

（三）加強網路行銷

根據本組實際發放問卷，經過統計顯示，顧客對三國一餐廳的網路行銷是屬於尚可為居多，由此可知，本組建議三國一餐廳加強在網路上的行銷，可以將店內近期的促銷活動及最新公告呈現在網路上，以供外地客參考，增進業績。

（四）增加停車位

在顧客滿意度調查的其他建議中，有許多顧客反應停車位的問題，因為三國一餐廳現在位置是屬於沒有停車位的情況，所以導致許多消費者要將車子停到附近空地，本組建議三國一要針對停車位的問題好好解決。

（五）三國一餐廳週邊商品的推廣

本組實際前往三國一餐廳，發現在櫃檯周邊有許多關於曼波魚的周邊商品，因此本組建議三國一餐廳，能在顧客要結帳時多介紹這一些商品，並且在網路上多多促銷，相信這會是很好的推廣方式。

肆●引註資料

王國榮(2011)。曼波魚美食節吸睛度百分百。東方報。2011 年 7 月 19 日，1 版。

三國一官方網站。2011 年 12 月 11 日，取自 <http://www.tw301.com.tw/>

王凱立(2001)。臺北市市立國民中學學校游泳池設施經營模式之研究。國立台灣體育學院體育研究所。

林淑芬(2011)。專題製作最佳秘笈初版。新北市：台科大圖書股份有限公司。

黃俊英(2007)。行銷學的世界第四版。台北市：天下遠見出版股份有限公司。

優等

《商業類》

篇名：

潮流 T 恤之行銷策略 - 以 Pizza Cut Five 花蓮店為例

作者：

楊舜雯。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

陳 箴。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

劉玟妤。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：

李翠華老師

壹●前言

一、研究動機

現在的年輕人不管男生女生，衣櫃裡至少都有一件潮牌服飾，男生更是如此，近幾年來潮牌文化的發展越來越蓬勃，每個品牌都有各自的品牌故事、創作理念，以及每個品牌想要堅持的信念，現在的潮流品牌越來越多樣化，其中我們決定研究以創意出名的「Pizza Cut Five」潮牌 T 恤」作為代表。

最引人注意的是，他們大膽瘋狂的行銷手法，將店面打造成 Pizza 門市，並用冰箱當作衣櫃，每件衣服都用 Pizza 盒整齊的裝好。這樣大膽的創新點子，成功地吸引消費者注意，讓我們好奇如何激盪出這樣有創意的想法，他們又是如何建立出與眾不同的潮流品牌。

二、研究目的

- (一) 了解 Pizza Cut Five 的發展背景。
- (二) 探討 Pizza Cut Five 的行銷策略。
- (三) 進行 Pizza Cut Five 的五力分析。
- (四) 進行 Pizza Cut Five 的 SWOT 分析。

三、研究方法

- (一) 實地訪談法
- (二) 文獻分析法

四、研究範圍

本研究因時間、人力、地點、地區種種的限制，研究範圍限定在「花蓮市」。並以 Pizza Cut Five 花蓮店為研究對象。

五、研究流程

潮流 T 恤之行銷策略－以 Pizza Cut Five 花蓮店為例

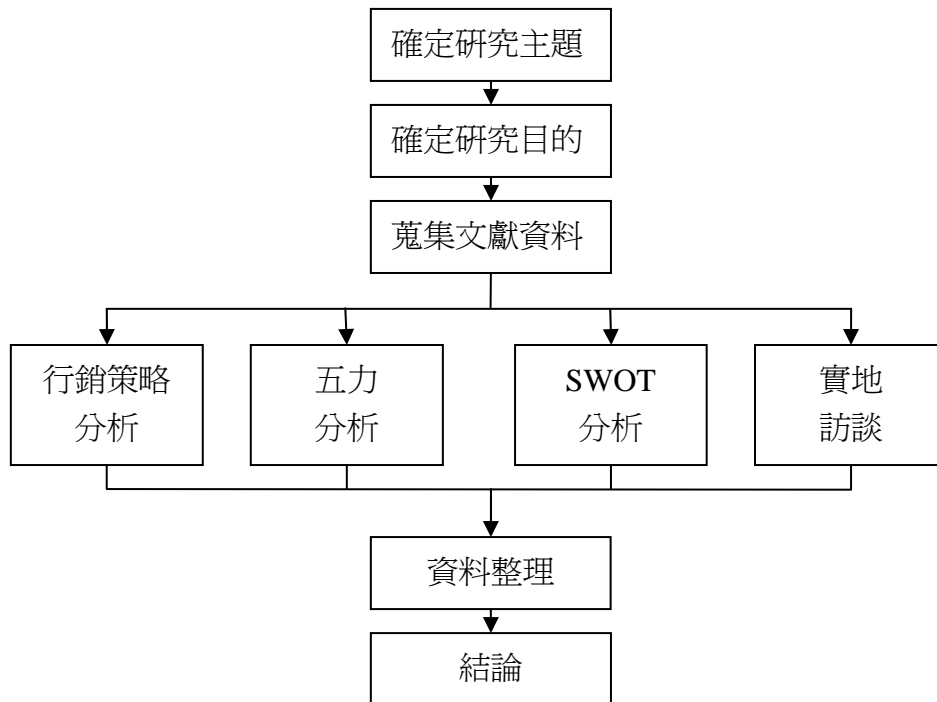


圖 1 研究步驟圖

貳●正文

一、潮流品牌起源

「潮流」，是指現在正在流行的事物，而「潮牌」就是以這種定義下延伸的一個詞，叫做「引領新潮流的品牌」。關於潮牌的解釋很多，但是意義大多八九不離十。

真正的潮牌是有自己獨特的思想、意義、精神與態度，很多潮牌的設計師都有自己堅持的風格，產品上的圖案就能展現他們所想要表達的意義，也透過產品的發表、販售，漸漸的形成一股不可小覷的力量，逐漸影響服飾業市場。

服飾業一直是附加價值極高且進入障礙小的行業，但是要創造一個流行加品牌的服飾，必須要有實質的創作經驗為基礎，才能夠讓這個品牌能夠永續經營。

(一) Pizza Cut Five 緣起

「諧音於日本渋谷系樂團「Pizzicato Five」的 Pizza Cut Five 街頭服

潮流 T 恤之行銷策略－以 Pizza Cut Five 花蓮店為例

飾品牌」(官方網站, 2012) 用 Pizza 的概念去經營這個品牌, 「整個店鋪做成 Pizza 門市, 用冰箱陳列 T 恤, 以 Pizza 盒做包裝, 甚至推出 0800 免付費的外送專線」(官方網站, 2012) 徹底的展現出, 他們大膽的創意與創新。

「08 年起 Pizza Cut Five 展開「台灣精神的潮流聯名」企劃, 顛覆一般潮流品牌制式的聯名方式。」(官方網站, 2012) 例如, 找本土飲食大亨「鬍鬚張」、知名藥廠「十八銅人」來重新改造。後來他們找上了國際知名的品牌合作, 例如: 7-Eleven、Nokia、Samsung 等等企業品牌, 大大的提升了他們的知名度。

(二) Pizza Cut Five 發展歷程

表 1 Pizza Cut Five 發展大事記

| 年份 | | 事蹟 |
|--------|------|--|
| 2005 年 | 5 月 | 命名緣由主要因團員們熱愛日本涉谷系教主 Pizzicato Five, 藉由此名字, 向 Pizzicato Five 致敬。 |
| 2007 年 | | 邁入新的里程碑, 銷售通路從網路轉戰實體店, 在台北設立第一間時尚概念店。 |
| 2008 年 | 3 月 | PCF 進軍南台灣市場。 |
| | 7 月 | 持續與鬍鬚張推出聯名商品, 重新設計產品包裝, 並進行空間設計, 並聯名贊助 2008 野台開唱。 |
| | 9 月 | 開始在英國倫敦組成了創意團隊, 協助打造品牌形象, 並積極與新加坡、洛杉磯、大陸等地洽談代理事宜(已在上海設櫃)。 |
| | 12 月 | 推出副牌童裝 Pizza Cut Why ! |
| 2009 年 | 3 月 | 與國際知名手機大廠 Samsung 推出限定聯名訂製手機。 |
| | | 與可樂果合作推出四款『可樂果試嚼系 x PCF 聯名設計包』 |
| | 4 月 | 與 7-Eleven 思樂冰聯手打造全新思樂冰形象, 並置換所有 PCF 店面包裝為思樂冰杯。 |
| | 8 月 | 與十八銅人行氣散合作聯名, 重新設計商品形象、象徵物(銅人角色), 舉辦聯名藝術展覽、潮流熱唱會以及「眼睛動起來視覺銅人派對」。 |
| | | 開始為超過三年以上的老品牌進行商品及形象等方面重新塑造。 |
| | 9 月 | 發起競標義賣活動, 為八八水災賑災。 |
| 2010 年 | 3 月 | 開春的 Pizza Cut Five 將回歸到商品的本質, 推出了森系列。 |
| | 4 月 | 以時尚的步伐 重新詮釋 STREET FASHION |
| | 5 月 | 推出 PCFX COOL X bis in dei 三方聯名的潮流墨鏡。 |

潮流 T 恤之行銷策略－以 Pizza Cut Five 花蓮店為例

| | | |
|--|------|--|
| | 7 月 | 與 JOHNNIE WALKER®首度聯名合作 |
| | 12 月 | 與 OHNNIE WALKER®兩個原創經典品牌再度攜手合作，推出限量版聯名帽 T。 |

(資料來源：本研究整理)

二、Pizza Cut Five 的行銷策略

林宗伯、陳慈平、羅家驊（2011）指出：「一種企業的決策與行動，運用其整合力量在特定環境下以滿足消費者的需求。」而行銷策略的內容包含：產品（Product）、價格（Price）、通路（Place）、促銷（Promotion），通常稱為企業的「行銷 4P」或「行銷組合」，是企業的四大行銷工具。

表 2 Pizza Cut Five 的行銷策略

| | T 恤系列 | 外套 | 褲子 | 圍巾 | 毛衣 | 襯衫 |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 產品 |  |  |  |  |  |  |
| 價格 | 580 元 980 元 1280 元 1480 元 1580 元 | 2480 元 2880 元 2980 元 3280 元 3580 元 3680 元 4280 元 4880 元 | 880 元 1480 元 1880 元 2080 元 2280 元 2580 元 2880 元 | 1280 元 1380 元 1480 元 1580 元 2480 元 | 1880 元 2880 元 3180 元 | 1680 元 2080 元 2280 元 2380 元 2680 元 2980 元 |

潮流 T 恤之行銷策略－以 Pizza Cut Five 花蓮店為例

| | |
|----|---|
| 通路 | <p>服務據（共 38 家）</p> <p>1、台北：Pizza Cut Five X-shop 敦南店、Pizza Cut Five Original Shop、Pink Market、師大店、誠品武昌店、紐約紐約 2F、信義誠品 4F、BB 堂、摩曼頓-基河店、巫托幫、夠壞堂-西門店、成衣倉庫-公館店、摩曼頓-府中店、夠壞堂-板橋遠百店、IN 鋪子、On Air、白色空間（共 17 家）</p> <p>2、桃園：桃園新光站前站 6F、YELLOW FIGHTER、POWERFUL（共 3 家）</p> <p>3、新竹：新竹遠東 8F、海房道（共 2 家）</p> <p>4、台中：台中新光三越 11F（共 1 家）</p> <p>5、嘉義：美國東村-中山店、美國東村-國華店、HOLA 城堡（共 3 家）</p> <p>6、台南：偉明服飾店、大遠百公園夠壞堂、誠品長榮夠壞堂、Focus 店夠壞堂（共 4 家）</p> <p>7、高雄：夢時代夠壞堂、新崛江夠壞堂、大遠百店夠壞堂（共 3 家）</p> <p>8、屏東：夠壞堂黑幫（共 1 家）</p> <p>9、宜蘭：P.S CLTHING SHOP（共 1 家）</p> <p>10、花蓮：REDO PLANTES（共 1 家）</p> <p>11、台東：TinHat（共 1 家）</p> <p>12、海外：ARTERY RETAILE STORE 中國上海店（共 1 家）</p> |
| 促銷 | <p>1、廣告：2010.5.16 Pizza Cut Five 森系列登上蘋果日報全版專題介紹</p> <p>2、銷售推廣：期限內消費滿五千即可加入會員 消費滿三千送磨菇大毛巾 消費滿兩千送經典馬克杯</p> <p>3、公共關係：Pizza Cut Five X Samsonite 一起攜手做公益</p> <p>4、直效行銷：除了官方網站也陸陸續續在樂天、GOOD5、奇摩購物中心，提供訂購的功能</p> |

（資料來源：本研究整理）

三、Pizza Cut Five 的五力分析

五力分析定義：「是指在產業中存在著五種競爭力的威脅，可得知該產業的競爭強度與獲利潛力。」(林淑芬，2011)由五種力量的不同組合變化影響著企業的獲利與成長，這五種競爭力能夠決定產業的獲利能力，它們影響了產品的價格、成本及必要的投資，每一種競爭力的強弱，決定於產業的結構或經濟及技術等特質。

（一）現有競爭者

日本的 A Bathing Ape (BAPE)、Undercover，來自美國的 Stussy、X LARGE，來自香港的 Subcrew 和台灣本土的 Provider、Overkill、Remix。

潮流 T 恤之行銷策略－以 Pizza Cut Five 花蓮店為例

(二) 潛在競爭者

因個人創業比例逐年增多、潮牌廠商的增加，使近似的商品愈來愈多，導致市場競爭力提升，使潮牌服飾業的威脅也逐年提高。由此可見 Pizza Cut Five 廠商的劣勢也愈來愈顯著。

(三) 替代品的多寡

國民品牌 lativ、Pazzo 和網拍服飾都是走物美價廉，所以定價較高的潮牌服飾較容易被取代。

(四) 供應商議價能力

因原物料與產品的材質比一般服飾業較佳，所以成本也比別人多上四倍，外包裝以創意行銷為主，成本也因而提高。但因為 Pizza Cut Five 每件衣服都限量發售二十件，與廠商的議價空間較小，若設計款式較多，進而影響生產數量增加，則與廠商議價的空間也變高。

(五) 消費者議價能力

因潮流服飾市場品牌眾多，價格沒有太大的差異，所以消費者能議價的空間較小。而潮牌服飾的廠商都有各自訂價和促銷的方式，使消費者能夠用比定價便宜的價格購買。整體看來消費者的議價空間較小。

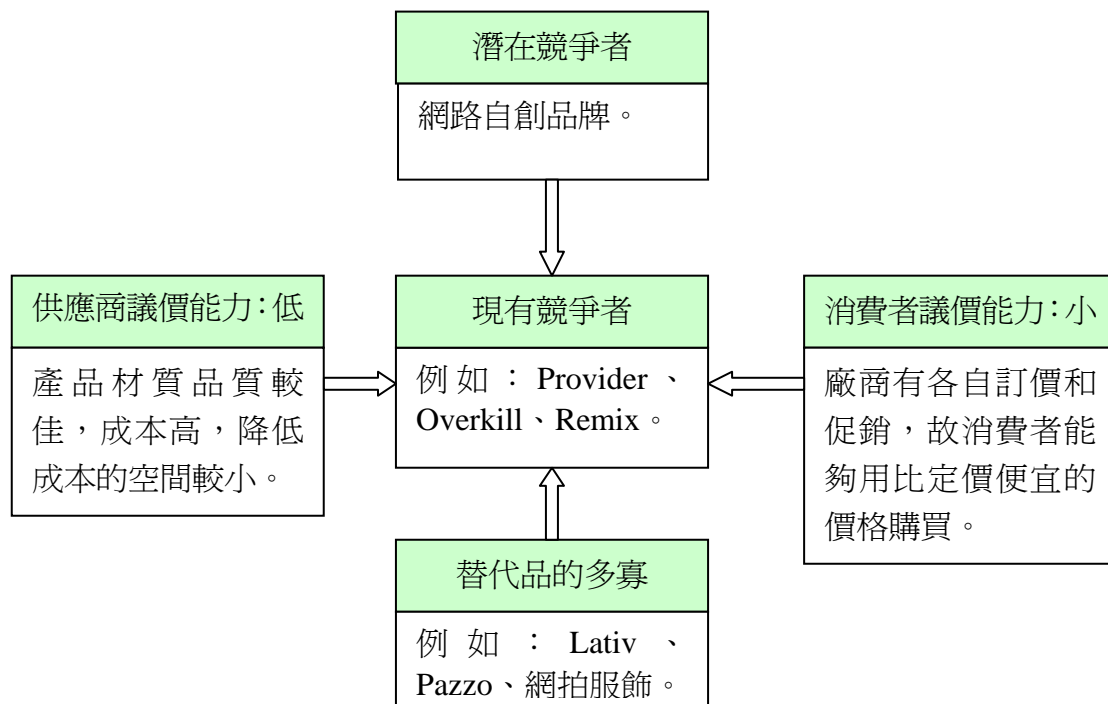


圖 2 Pizza Cut Five 五力分析
(資料來源：本研究整理)

四、Pizza Cut Five 的 SWOT 分析

表 3 Pizza Cut Five SWOT 分析

| 優勢(Strengths) | 劣勢(Weaknesses) |
|--|--|
| 1、具有獨特的設計風格，將創意理念置入產品中，消費者會產生購買行為。 2、以 Pizza 盒包裝，質感俱佳。 3、因產品限定限量又獨一無二，往往供不應求，搶購一空。 4、種類繁多，並跟上潮流推陳出新。 | 1、產品多為針對年輕愛好者。 2、若有類似的品牌背景或想法，就會有近似的問題。 3、成熟度不夠高，可能要經過幾年時間才能定下基礎。 |
| 機會(Opportunities) | 威脅(Positioning) |
| 1、具獨特風格，台灣並多設連鎖經營。 2、以創意取勝的品牌形象，與跨國企業合作機會，並在上海設櫃。 3、結合多個領域廠商贊助或異業結盟，使消費者好奇，並更想去擁有它。 4、藝人名人著衣必備，提高品牌知名度。 | 1、花蓮店的位居地點不好，消費者難以察覺。 2、在市場上潮牌種類多樣，消費者未必會選擇 Pizza Cut Five。 3、其他潮牌結盟或使用相同手法，會更加競爭。 |

(資料來源：本研究整理)

五、訪談結果分析

文中為附錄中的編碼方式為三碼，第一碼英文大寫為訪談者，以 A 代表花蓮 Pizza Cut Five 店長，字母第一位數字代表頁碼，第二位數字代表題號，如：A-1-1 代表花蓮 Pizza Cut Five 店長的訪談內容第一頁第一題，訪談結束後，於兩天內將錄音資料謄寫為文字稿。分析說明如下：

(一) 設計理念

現在絕大多數的店家，都採類似的商品陳列方式，可是 Pizza Cut Five 不同於一般的 T 恤店，就只是把衣服掛在那邊，就開始賣了，那就比較沒意義。他們做了兩個階段的跳躍性思考，每跳躍一次它們的商品都有極大的改變，最後成為現在市場上看得到的這個樣子。

「Pizza Cut Five 可說奠定台灣潮流的重要指標」(A-1-1)，除了很多驚

潮流 T 恤之行銷策略－以 Pizza Cut Five 花蓮店為例

天動地的聯名、還有很多不同於以往服飾設計的創意。雖然 Pizza Cut Five 現今已成為業界令人矚目的新聞話題，卻「穿衣哲學正是「Simple Look」，強調平日生活的時尚美學」(A-1-1)，堅持「以多樣的剪裁、多變 Graphic 與多樣化材質的 T 恤供選擇」(A-1-1)讓消費者穿衣更加的舒適、合身，還有更多樣的選擇。

有披薩的概念，也有另類的機車外送服務，「有一堆很有趣的故事在裡面，因為我們每件 T 恤，都有它的故事在裡面」(致富密碼專訪)，但對於設計者來說，這些故事都是珍貴的，所以才會想要藉由衣服來向大家訴說，所以在每個 Pizza 盒裡，除了衣服以外，還附上了特別的故事。

(二) 主力商品的堅持

Pizza Cut Five 的 T-shirt 包裝沿用了披薩的概念，所以連包裝都不同一般店家用紙袋或塑膠袋，而是使用跟 Pizza 盒子一樣的厚紙盒，「一般包裝的紙袋了無新意，用 Pizza 盒作包裝不但吸引人更因為如此，每個月賺 60 萬以上。」(TVBS，張嘉玲，鄭光達)

對於主力商品 T-shirt 的三大堅持，第一個，材質是採用比較高級的精梳棉。雖然提高了生產成本，但是卻使消費者穿起來更加的舒適。第二個特色就是我們是針對亞洲人的身型去設計的。雖然看似微小，實際上卻是很貼心的設計，讓亞洲人可以穿自己合自己身形的衣服，而不是穿著外國版型就算衣服合身，卻不合身形。第三個就是我們所有的衣服都是採限量的為了保持產品的推陳出新的速度，所以 Pizza Cut Five 所有的衣服都是限量發售的，也大大的降低了撞衣的機率。

對於 T-shirt 的設計想法也很特別，像是外國有很多的品牌設計師，他們是玩滑板的，在設計的時候，就把滑板放上去，所以他們是玩音樂的，就把樂器放上去，「就用一個很簡單的概念就是，這是我的麥克風，現在由我發聲，現在由我來講話這樣子」(致富密碼專訪)，這是一個概念，我們每一個系列，他就會有一個主題，每個設計師，他在設計一件衣服的時候，不管任何品牌，他一定都會有一個他的想法，跟他的故事，每件衣服都有他的中心理念，其餘所有的圖案都是為了點綴、裝飾，讓主題更加的突出，或者讓故事更加生動而存在的。

參●結論

一、結論

潮流 T 恤之行銷策略－以 Pizza Cut Five 花蓮店為例

本研究對 Pizza Cut Five 花蓮店進行潮牌 T 恤之行銷策略、五力分析、SWOT 分析與深度訪談其結論如下：

（一）發展背景之研究結論

在 21 世紀資訊爆炸的時代，什麼東西都講求創意和舒適，Pizza Cut Five 在這兩點做了很好的發揮。他們用創意說故事，讓每件衣服都有自己的特色。另一方面，他們在衣料材質上設有一定的標準，而特別的剪裁設計與較適合亞洲人身型的這兩種特點，讓 Pizza Cut Five 在近幾年內快速竄起並引發商機。除了主力商品以外，Pizza Cut Five 也致力去開發新市場，讓他們的品牌在其他的領域也可以發光發熱，這樣多角化的經營也擴大了他們的市場佔有率。

（二）行銷分析結論

Pizza Cut Five 多次採用異業結盟和藝人代言，進而提高品牌的知名度讓大家先「知道」這個品牌，然後再讓消費者對他們的商品感到「有趣」和「好奇」，引發消費的慾望。

另外在服務方面上，他們開創了衣服外送の開端，徹底的展現出他們的品牌特色，而設計良好的包裝可給消費者創造便利的價值，可以成為他們有效的促銷媒介。人員銷售服務已是現代消費者購買商品時的重要指標，在銷售時給予消費者的感受往往影響消費者對於品牌的印象，所以須定期實地勘查，提升服務品質。

（三）五力分析結論

因 Pizza Cut Five 採用的材質較一般服飾業佳，外包裝又以行銷創意為主，成本理因較同業高。T 恤又以限量發行，就我們看來 Pizza Cut Five 對供應商的議價能力也呈現較低的情況。市場上服飾品牌眾多，廠商有各自訂價和促銷，故消費者能夠用比定價便宜的價格購買，若能多多的採用促銷以及降價的活動，讓消費者能獲得更大的消費者剩餘，會使消費者的意願提高。

（四）SWOT 分析結論

Pizza Cut Five 最擅長以創意去設計衣服，進而打響品牌的知名度，市場上潮流品牌競爭也相當激烈，目前花蓮店的佔地位置不好，消費者難以察

潮流 T 恤之行銷策略－以 Pizza Cut Five 花蓮店為例

覺。在花蓮潮牌市場上 Pizza Cut Five 的名聲並沒有別縣市和別的品牌那麼的響亮。但 Pizza Cut Five 聰明的利用聯名並結合各種領域廠商的行銷手法，更能在市場上來去自如。其實 Pizza Cut Five 在市場上具有相當的潛力。限量商品在推出的同一時間內搶售一空，能有如此的佳績，必定有特殊的品牌愛好者去支持，Pizza Cut Five 掌握住顧客的愛好，更貼近一般大眾，才有今天如此的成就，。由此可見，Pizza Cut Five 的炫風，不容小覷。

因類似品牌眾多，Pizza Cut Five 在未來若還想以創意取勝恐怕很難，對未來發展的策略可以偏向各種年齡層做相對應的產品設計，進以創造新的消費市場。

肆●引註資料

Pizza Cut Five官方網站。2011 年 9 月 25 日，取自

<http://www.pizzacutfive.com/index.php>

新浪網－Pizza Cut Five品牌介紹。2011 年 9 月 25 日，取自

<http://eladies.sina.com.tw/getnews.php?newsid=8772>

JOHNNIE WALKER×Pizza Cut Five眼球先生跨界聯名潮T。2011 年 12 月 25 日，

取自http://www.istyle365.com/vendor_blog/view_for_more/4c872c5779334

Pizza Cut Five外送T恤專賣店無名分店。2011 年 12 月 12 日，取自

<http://www.wretch.cc/blog/pizzacutfive>

黃照明（2012）。**商業概論 II**。新北市：信樺文化事業有限公司。

江建良（2012）。**商業概論 II**。新北市：龍騰文化事業有限公司。

Pizza Cut Five總監與設計師接受非凡新聞專訪。2011 年 12 月 25 日，取自

http://www.youtube.com/watch?v=d53cWGkZAE&feature=player_embedded

TVBS報導潮流品牌Pizza Cut Five的外送T恤。2011 年 12 月 25 日，取自

http://www.youtube.com/watch?v=mCSHs-imjso&feature=player_embedded

Pizza Cut Five電視訪問品牌總監abee與設計總監issa。2011 年 12 月 25 日，取自

<http://www.youtube.com/watch?v=a-98jOkLbHs>

甲等

《商業類》

篇名：

「199」——成功與受人歡迎的原因

作者：

吳語訢。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班。

陳彥豪。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班。

林雅琪。國立花蓮高商。會計事務科三年甲班。

指導老師：

陳學毅老師

目錄

壹●前言

摘要

| | |
|--------|---|
| 一、研究動機 | 3 |
| 二、研究目的 | 3 |
| 三、研究方法 | 3 |
| 四、研究流程 | 3 |

貳●正文

| | |
|-----------------------|---|
| 一、文獻探討 | 4 |
| 二、199 生活百貨世界的 SWOT 分析 | 4 |
| 三、問卷調查 | 4 |

叁●結論與建議

| | |
|------|----|
| 一、結論 | 10 |
| 二、建議 | 10 |

肆●引註資料

圖目錄

| | |
|--------------|---|
| 圖 1.研究流程圖 | 3 |
| 圖 2.性別 | 5 |
| 圖 3.年齡層 | 5 |
| 圖 4.職業 | 5 |
| 圖 5.消費原因 | 5 |
| 圖 6.消費次數 | 6 |
| 圖 7.消費時間 | 6 |
| 圖 8.受訪者資訊來源 | 6 |
| 圖 9.最常消費物品 | 6 |
| 圖 10.如何前往 | 7 |
| 圖 11.商品滿意度 | 7 |
| 圖 12.店員服務滿意度 | 7 |
| 圖 13.價格滿意度 | 7 |
| 圖 14.環境衛生滿意度 | 8 |
| 圖 15.改善項目 | 8 |

表目錄

| | |
|---------------------------|---|
| 表 1. 199 生活百貨世界的 SWOT 分析表 | 4 |
|---------------------------|---|

摘要

零售業是近年來最受歡迎的服務業之一，但在受歡迎及競爭激烈中，本研究主要的對象—199 生活百貨世界是靠何種方式再競爭中屹立不搖，成為人人知曉的量販店，是值得我們去調查的。本小組以問卷調查法進行調查，再加上訪談 199 的店長，來深入調查受顧客歡迎的原因以及為何能快速成立許多分店，甚至變成量販店中不可或缺的角色。

壹●前言

一、研究動機

大賣場是相當容易在繁榮的城市看見，但要在花蓮中生存有一定的難度，然而在量販店及百貨公司存在的市場中，中型商場是如何自己創造機會來生存是值得我們深入探討的，因為花蓮人口不多，想要有很多的客源不容易，但 199、統冠這些中型商場卻克服惡劣的條件，在花蓮的各個地方開設許多連鎖店，以滿足消費者的各種需求。十分值得我們去調查為何有了遠東百貨、家樂福這些大型商場後，中小型商店又一件件的出現，原因到底是什麼？

二●研究目的

根據上述的動機，研究的目的如下。

1. 為什麼會取名為 199 並受歡迎的原因。
2. 想調查他們如何抓住消費者的心。
3. 採用 SWOT 分析 199 生活百貨世界吸引消費者的原因。
4. 整合消費者的意見並提供他們相關資訊。

三●研究方法

1. 文獻蒐集：搜尋商場的定義，並了解 199 受人歡迎的原因。
2. 問卷調查：了解消費者為何去 199 的理由及動機。

四●研究流程

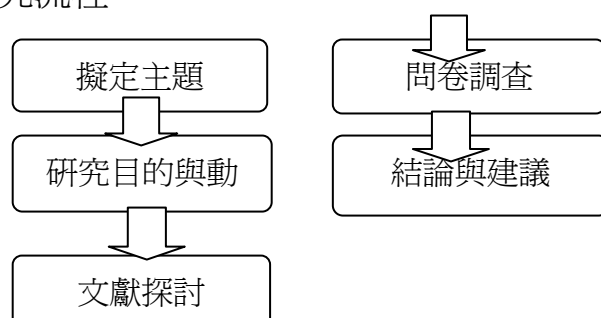


圖 1.研究流程圖

貳●正文

一、文獻探討

商場分類的定義

大型購物中心：面積範圍在上千至上萬坪，商品豐富有專人服務。

中型量販店：面積範圍約在 1000-5000 坪，商品種類眾多且方便採買。

小型便利超商：面積範圍在 20-70 坪，商品種類眾多，以少量多樣為原則。

之所以取名為 199，是因為比較符合消費者也比較好記。而且可增加客源。

199 成立以來，一直受歡迎的原因：

1.商品多樣化

2.平價商品

3.服務態度大多數消費者滿意。

未來走向：往花蓮以外地方發展，並增加更多分店。

二、199 生活百貨世界的 SWOT 分析

199 生活百貨世界的 SWOT 分析表

| 優勢(Strengths) | 劣勢(Weaknesses) |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 價格便宜，消費者大多可以接受。 ● 商品多樣符合消費者需求。 ● 店家多，消費者可以便利前往。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 回客率甚低 ● 停車較不方便 ● 店家相關資訊極少。 |
| 機會(Opportunities) | 威脅(Threats) |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 消費族群年輕化，須增多不同的行銷方式。 ● 未來店家可以採用集點數換增品的方式增加銷售量及客源。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 有類似的同業競爭，減少 199 購買的消費者。 ● 服務態度未改善，會導致消費者流失。 |

三、問卷調查

本研究自 100 年 11 月 19 上午 11 點至下午 2 點在 199 周邊發放問卷，共計有效問卷 92 張，無效問卷 12 張。

(一) 受訪者基本資料

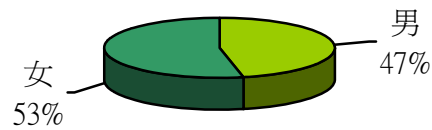


圖2.性別

由圖 2 可知道，消費者中女性顧客佔 53%，男性佔 47%，可知男女都愛去 199 消費。

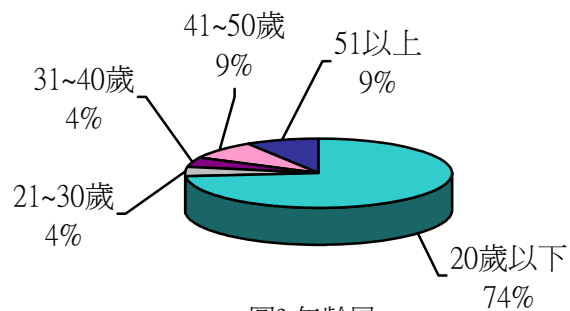


圖3.年齡層

由圖 3.可知消費者以 20 歲以下和 41~50 歲居多。可知 20 歲以下及 41~50 歲的人最常去 199 消費。

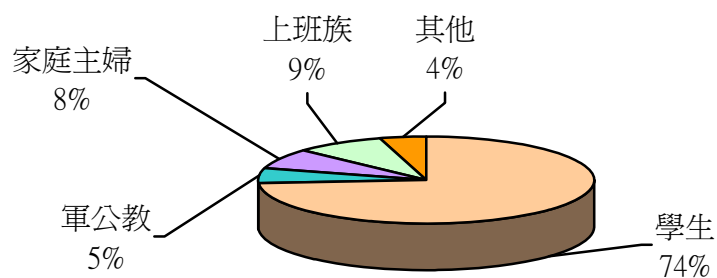
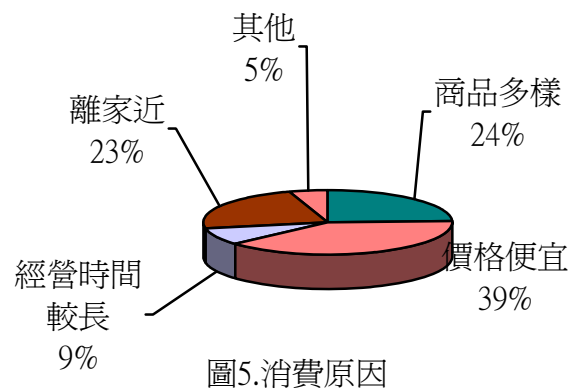


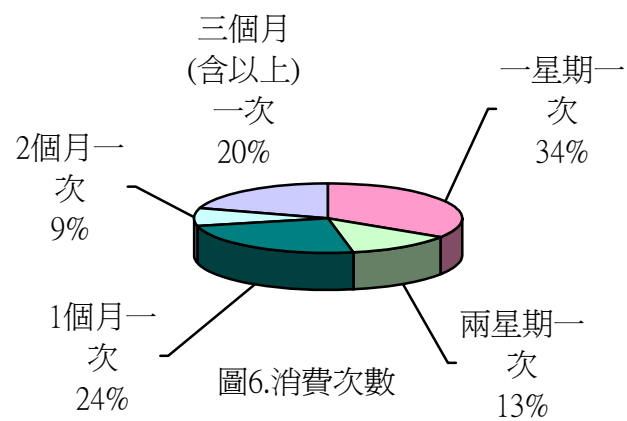
圖4.職業

由圖 4.可知消費者以學生居多，其次是上班族和家庭主婦。因為裡面有學生及上班族和家庭主婦所需的日常用品。

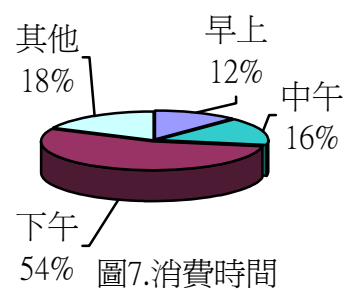
(二) 受訪者的消費行為



由圖 5.可知消費原因以價格便宜為主，其次為商品多樣即離家近。



由圖 6.可知消費次數以一星期一次居多，其次是 1 個月一次和 3 個月(含以上)一次。



由圖 7.可知消費時間以下午為主，其次是其他及中午。

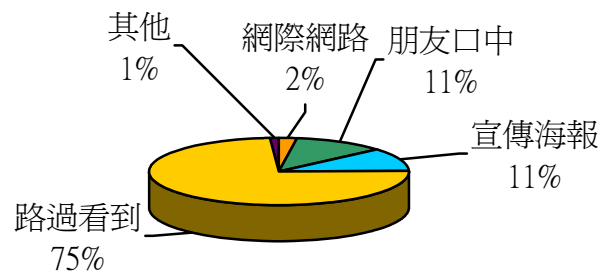


圖8.受訪者資訊來源

由圖 8.可知受訪者資訊來源以路過看到為主，其次是朋友口中及宣傳海報

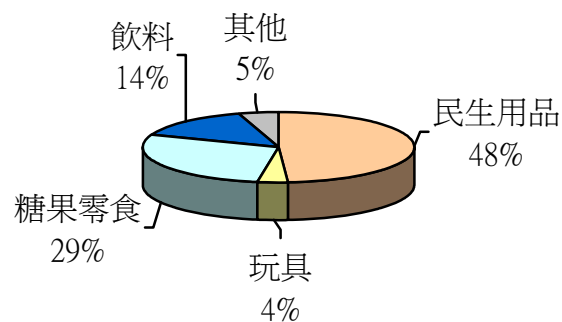


圖9.最常消費物品

由圖 9.可知消費者最常消費物品以民生用品為主，其次是飲料和糖果零食。

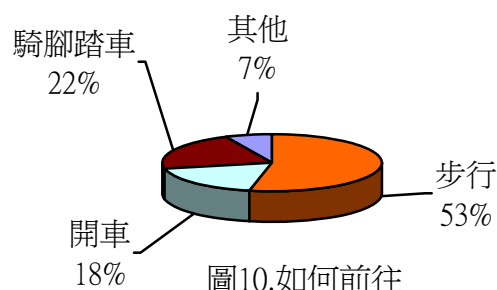


圖10.如何前往

由圖 10.可知消費者前往 199 以步行為主，其次是騎腳踏車即開車。

(三) 消費者滿意度

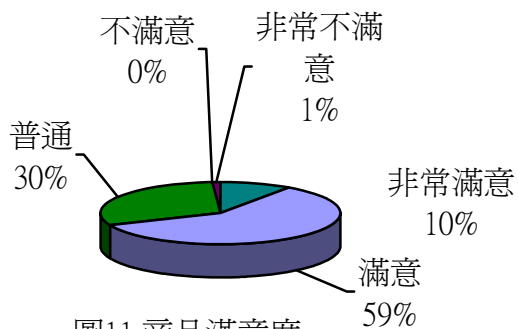


圖11.商品滿意度

由圖 11.知道消費者對 199 商品滿意度普遍滿意

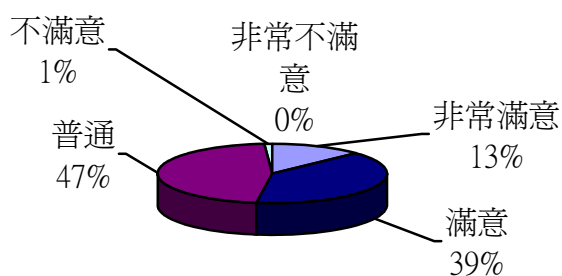


圖12.店員服務滿意度

由圖 12.知道消費者對 199 店員服務滿意度普遍普通

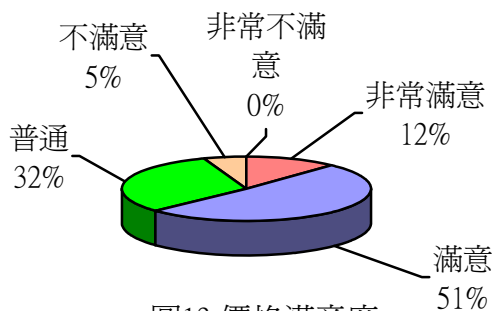


圖13.價格滿意度

由圖 13.知道消費者對 199 價格滿意度普遍滿意

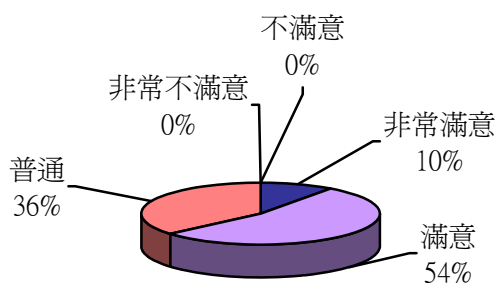


圖14.環境衛生滿意度

由圖 14.知道消費者對環境衛生滿意度普遍滿意

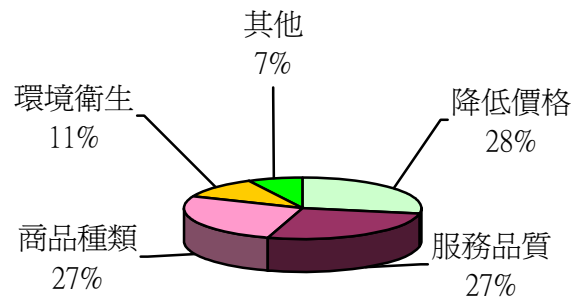


圖15.改善項目

由圖 15.知道消費者認為 199 最需要改善的是價格，其次是服務品質及商品種類。

三●結論與建議

一、結論

針對問卷得到以下結論：填答問卷的人多在 199 周邊，年齡多為 20 歲以下學生，只有少數是家庭主婦及上班族。獲得商品資訊多是路過看到，其次是朋友推薦及宣傳海報。產品價格是影響消費者購買的主要原因。雖然服務態度不是 100%滿意，但消費者還是會固定前往 199 生活百貨世界消費。大多消費者還是希望 199 能把價格降得比原價低一些，這樣才會使消費者的購買的意願及數量增加。

二、建議

- (一) 可以將價格再降低一些。
- (二) 增加更多元的商品：如蔬菜類。
- (三) 增加不同管道讓更多消費者知道 199。
- (四) 店面如果更大間就能販賣更多的商品。

四●引註資料

張阿妙(2011)。專題製作。新北市：龍騰文化。

李薇、張立秋(2011)。經濟與商業環境。台北市：旗立。

199 生活百貨世界的店員。

甲
等

《商業類》

篇名：

花蓮有機米之行銷策略—以富里銀川米為例

作者：

鄧佳容。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

曹雅婷。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

陳昱安。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：

李翠華老師

花蓮有機米之行銷策略-以富里銀川米為例

壹●前言

一、研究動機

花蓮的「有機米」隨著現代人愈來愈重視養生及降低化學污染，在市場中逐漸受到矚目。然而台灣加入 WTO 後，農業也漸漸轉型成為更有商機的有機產業。

米是人們從古至今不可或缺的主食，米的種類琳琅滿目，但因為重視健康，所以消費者開始選擇營養豐富、安全又衛生及政府有機認證的農產品，我們針對有機米市場的行銷 4P 策略來加以探討說明。

二、研究目的

- (一) 瞭解銀川有機米的行銷策略。
- (二) 分析銀川有機米的優勢、劣勢、機會與威脅。
- (三) 瞭解銀川有機米未來經營方向及提供建議

三、研究方法

- (一) 文獻分析法：利用全國博碩士論文、報章雜誌及電子資料庫蒐集「富里銀川米」的相關文獻，已瞭解其成立背景與歷史沿革。
- (二) 訪談法：從訪談業者中，深入了解「富里銀川米」之優勢、劣勢、機會與威脅，並分析其經營模式與經營理念。

四、研究範圍

因出產地之故，本研究之範圍為青田農產有限公司所生產之「富里銀川米」。

五、研究步驟

本研究之步驟如圖 1 所示：

花蓮有機米之行銷策略-以富里銀川米為例

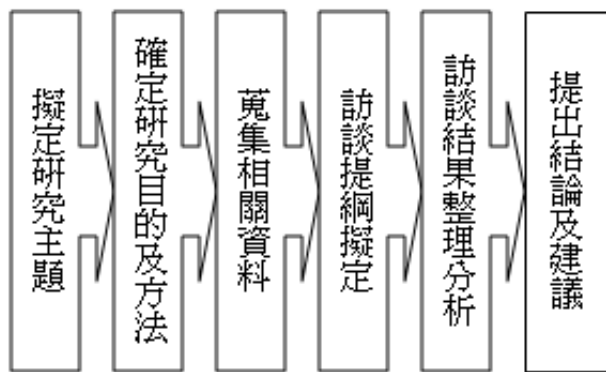


圖 1 研究步驟圖
(資料來源：本研究)

貳●正文

一、有機農業的奧秘

(一) 有機農業的定義

有機農業是一種比較不汙染環境、不破壞自然生態，而且能夠提供給消費者安全及健康的農產品生產方式。「美國國家有機標準局將有機農業定義為「以強化提升生物多樣、生物循環、土壤生物的生態生產管理系統」(有機農業全球資訊網，2011)。

(二) 產銷履歷

「產銷履歷=農業規範實施、驗證+履歷追溯。良好農業規範(GAP)實施、驗證，建立履歷追溯(Traceability)」(臺灣農產品安全追溯資訊網，2011)同時結合 GAP 及 Traceability，就能有效管控風險及降低風險發生時所帶來的危害。



圖 2 產銷履歷農產品標章
(資料來源：臺灣農產品安全追溯資訊網，2011)

（三）有機米的價值

有機米是不經過化肥、農藥、除草劑等污染的稻米，而且肥料必須用自然堆肥，凡是任何加害土壤的添加物，都不可使用。**著重於安全健康及環保（A-1-1）**。還要依照良質米的栽培方法，乾燥及碾製技術，所生產出來的米才是有機米。

二、銀川有機米

（一）起源與發展

「富里銀川米」是由「青田農產有限公司」所生產的有機米。「**銀川**」是賴兆炫父親的名字，在民國 85 年投入有機米的培育並以父親的名字作為**品牌**」（林文集，2011），當時用人工施灑有機肥料，放任自然蟲害的結果，稻米產量非常低，讓農民也否決的這種栽種方法，賴兆炫卻堅持不放棄，因而成立了有機米的產銷班。

由於有機米是屬於新時代下新概念的農產品，創立之初因產量不足，導致市場開發的失敗，但賴兆炫不斷修正栽培的方法及觀念，選擇創新的包裝設計和重新定位市場，也親自前往賣場宣導有機米是無農藥、無化肥的農產品。賴兆炫將自己的耕作經驗及技術無私的奉獻給其他農民，同時也鼓勵農民加入有機米的產銷班，現在銀川有機米耕種面積已到達 250 公頃，耕種有機米的農民大約 113 戶，已經成為了全台灣最具規模的有機米栽種專業團隊。

在經過有機米的認證，和消費者對有機米的信任後，然而農委會在民國 96 年開始宣導產銷履歷，賴兆炫決定把農民栽種有機米的生產過程讓消費者一目了然。產地標示、地產、地銷，這都是現代消費者所注重的問題。賴兆炫堅持產銷履歷，讓銀川的有機米有了雙重認證！

三、銀川有機米之行銷策略分析

本研究採訪談法，其訪談結果編碼方式為三碼，第一碼為英文大寫，此為受訪者與訪談次數代號；第二碼數字為訪談記錄頁碼；最後一碼數字為該次訪談大綱之題號。如：A-1-1 代表受訪者訪談紀錄第 2 頁之第 1 題。

「**企業的行銷策略共可分為產品（Product）、價格（Price）、通路（Place）**

花蓮有機米之行銷策略-以富里銀川米為例

與推廣（Promotion）四種策略，亦稱為行銷 4P」（林淑芬，2010），本研究對銀川有機米行銷策略分析如下：

（一）產品決策

「產品策略是「有關於產品規劃決策」（林淑芬，2010）」，銀川有機米的產品策略特別注重「產品差異化」和「創新的包裝」來吸引消費者，分別介紹如下：

1、產品組合

為滿足現代人的多樣化需求，銀川米推出多樣的米品，如：有機白米、有機胚芽米、有機糙米等，來應對大眾不同的需求。銀川米的產品線有 5 線，產品組合寬度為 5，產品組合長度為 13。

有機最注重的就是檢驗，為了提升消費者的信任，銀川米收割時有做入場檢和本身碾米的採樣檢（A-1-3）。

表 1 銀川有機米之產品系列

| 系列 | 有機白米 | 有機糙米 | 有機胚芽米 | 糯米 | 其他 |
|----|---|---|---|--|---|
| 圖片 |  |  |  |  |  |
| 產品 | 1、白米 2、長秈米 3、長糯米 4、在來米 | 1、糙米 2、長秈米 3、黑糯米 | 1、胚芽米 | 1、圓白糯米 | 1、鮮米急送 2、香米 3、十穀健康糧 4、十穀粉玄米茶 |
| 特色 | 米粒完整，口感較Q，冷飯食越能表現出特質。 | 含豐富的維生素B群。 | 老人與小孩最佳補氣來源。 | 以澱粉為主、鈣、磷、鐵、維生素B2等，營養豐富。 | 十穀米，富含膳食纖維，煮粥跟乾飯都相當可口。 |

（資料來源：銀川好米，2011）

目前常遇到消費者的意見為自然蟲害，因為蟲害是有機工廠無法消毒的，所以蟲害的問題對銀川米來說是比較困擾的，但是銀川米會跟消費者

花蓮有機米之行銷策略-以富里銀川米為例

說明，因為無法使用消毒劑，這種蟲害是屬於自然現象，但消費者無法理解，銀川米也會做賠償（A-3-16）。如果消費者如有品質上的疑問可以打消費者客訴專線（A-1-2）。

2、包裝

「藉由精美的包裝來提升產品形象，可提升消費者的購買慾望，是企業宣傳、行銷產品的重要工具」（旗立財經研究室，2011），為提升產品的價值感、方便性、同時也考量差異性以及環保（A-1-4），青田農產有限公司首創棉紙包裝。



圖 3 銀川有機米首創棉紙包裝
（資料來源：銀川好米，2011）

（二）價格決策

「價格是用來表示為了取得某個有價值的產品，消費者所必須付出的金額，在市場上，所有的產品都有一定的價格」（曾光華，2009）。有機米之所以定價比一般米高是因為採用「成本加成」去做定價，因為栽培有機的成本非常的高（A-1-5），所以剛推出時，一般消費者較難接受這樣的價格，在市場上的銷售量也相對較低。不過品牌逐漸有知名度後，這樣的價格也就受到消費者的接受（A-1-6）。

表 1 銀川有機米之產品定價

| 系列 | 有機白米 | 有機糙米 | 有機胚芽米 | 糯米 | 其他 |
|-----------|---------|------|-------|-----|---------|
| 價格 (元) | 100-380 | 250 | 250 | 100 | 160-300 |

（資料來源：銀川好米，2011）

（三）通路

「通路的變革往往涉及銷售方式、通路定價、通路關係、產品儲藏與運

花蓮有機米之行銷策略-以富里銀川米為例

送等各方面的改變」(曾光華, 2009), 販售有機米的市場, 一定可以看見銀川米的身影, 像是特約量販店、超級市場、直營店舖。隨著科技的進步, 買賣商品的場所已不侷限在有店舖型態, 所以現在在網路上也可以訂購銀川米了。同時透過生產履歷, 也發現消費者對生產履歷方面的認知是肯定的 (A-2-10)。

台灣加入 WTO 後, 其實對銀川米的影響較顯著, 因為銀川米本來就有打入國外市場的理想, 靠著團隊的努力, 以國內市場當成基礎市場, 所以銀川米在開發國內市場時, 同時也開發了國外市場 (A-2-11)。

(四) 推廣

「推廣是將組織與產品訊息傳播給目標市場的活動, 焦點在溝通、告知或說服消費者, 以利品牌經營及目標達成」(曾光華, 2009), 透過行銷推廣銀川米, 讓消費者更了解有機米的特殊性, 和對環境的效益, 因而激起消費者購買的欲望。除了差異化行銷, 銀川米也和大型企業異業結盟, 透過認養田的方式, 讓更多消費者真正了解銀川米帶來的效益 (A-2-13)。

四、銀川有機米 SWOT 分析

林淑芬 (2011) 曾研究 SWOT 分析, 目的在於進行企業內外部環境分析, 找出內部優劣勢, 外部機會與威脅, 提出自己的策略構想、行銷方式, 特色是具有競爭力、未來取向, 並考慮外部因素的效果, 綜合思考未來發展的方向。李建南 (2007) 亦曾提到: SWOT 分析是用來確定企業本身的優、劣勢, 機會和威脅, 將企業的戰略與企業內部資源、外部環境結合。

表 2 銀川有機米 SWOT 分析

| (S) 優勢 Strength | (W) 劣勢 Weakness |
|---|--------------------------|
| 1、品質優良 2、公司營運穩定 3、商品多元化 4、自有品牌 5、有機農業帶來環境效益 6、採差異化行銷 7、提供網購服務 8、農藥殘留檢驗把關 | 1、生產成本高以致價格高 2、人力老化嚴重 |
| (O) 機會 Opportunity | (T) 威脅 Threat |

花蓮有機米之行銷策略-以富里銀川米為例

| | |
|----------------------|------------------|
| 1、政府持續推動有機農業 | 1、出現同業競爭（例：天生好米） |
| 2、網路發達，結合網路行銷 | 2、少有媒體報導 |
| 3、宅配物流，服務與異業結盟 | 3、物價上漲，生產成本提高 |
| 4、外銷市場，喜愛銀川米，在國際頗富盛名 | 4、消費者對高價產品接受度低 |
| 5、生產履歷制度 | |

(資料來源：本研究)

五、未來展望

銀川米未來的展望是成為一個當地、國際的知名品牌，**著重行銷的擴展、產品的多元化 (A-4-19)** 這些都是產品很重要的規劃，讓我們的產品線能夠更多 (A-4-19)，同時也能夠協助當地的農友。

參●結論

本研究採文獻分析及訪談法，分析銀川米在行銷策略、SWOT 與未來經營方向，其結論與建議分述如下：

一、結論

(一) 銀川米推出至今，在米市場中已漸漸成為消費者心目中的理想米食，為滿足消費者多樣化的需求，銀川米的行銷策略分述如下：

- 1、「產品」方面：除了一般的有機白米、胚芽米、糙米，也推出其他的米，如：有機長秈白米、糙米、有機糯米攻進環保健康的有機米市場。
- 2、「價格」方面：銀川米目前的訂價方式採成本加成法，因為栽培有機的成本非常的高，所以相對的價格較一般來的高，銀川米採用差異化行銷，米的特殊性，要讓消費者了解銀川米價格高在哪裡。
- 3、「通路」方面：目前在網路、特約量販店、超級市場及直營門市都可以買到銀川米，所以銀川米的通路多元化。
- 4、「推廣」方面：銀川米和大型企業做異業結盟，透過認養田的方式，也讓更多消費者真正了解銀川米帶來的效益。

(二) 透過 SWOT 分析，銀川米的內部優勢為嚴格的農藥殘留檢驗把關及

花蓮有機米之行銷策略-以富里銀川米為例

爲了提升產品的價值感、方便性與環保首創的棉紙包裝，內部劣勢爲栽培有機的成本非常高所以訂定的價格較高，外部機會爲網路行銷，買賣商品的場所已不侷限在有店舖型態，所以現在在網路上也可以訂購銀川米，外部威脅爲物價持續上漲，導致生產成本提高。

(三) 在傳統的產業，高度競爭的米業中，建立了自有品牌，然而銀川這個品牌是成功的，同時也帶來環境的效益。銀川米也朝向國際發展，同時也注重行銷的拓展、產品的多元化，讓銀川米的產品線能夠多，同時也協助當地的農友。

二、建議

因爲有機米是新興的米業，所以在知名度的部分，較一般的米來得低，所以如果銀川米能夠增加廣告或是新的推銷方法，那麼了解有機米的消費者一定也會增加。再者與大型企業的認養田結盟增加，有機米的推廣就會更受到消費者的矚目。

肆●引註資料

- 臺灣農產品安全追溯資訊網—認識產銷履歷。2011 年 11 月 11 日，取自
<http://taft.coa.gov.tw/Resume/ResumeGroup.aspx?role=C>
- 有機農業全球資訊網—有機農業簡介。2011 年 11 月 11 日，取自
<http://info.organic.org.tw/supergood/front/bin/ptlist.phtml?Category=100981>
- 銀川好米。2011 年 12 月 10 日，取自 <http://www.organic-rice.com.tw/>
- 林文集（2011）。**健康美麗產銷履歷**。臺中市：台臺灣農業推廣協會。
- 林淑芬（2011）。**專題製作最佳秘笈**。台北市：台科大圖書股份有限公司。
- 旗立財經研究室（2011）。**商業概論 II**。台北市：旗立資訊股份有限公司。
- 曾光華（2009）。**行銷管理概論—探索原理與體驗實務（二版）**。台北縣：前程文化有限公司。
- 李建南（2007）。**多變量統計結合 SWOT 分析方法應用在廚餘資源化方法選擇之研究**。國立高雄海洋科技大學海洋環境工程研究所碩論文。

甲等

《商業類》

篇名：

高中生對彩色隱形眼鏡之消費行為分析--以花蓮市為例

作者：

彭綺柔。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

許菁菁。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

何立揚。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：

李翠華老師

壹●前言

一、研究動機

台灣民眾近視率逐年攀升，近視人口比例高居世界第一，因而有「近視王國」之稱（王司宏，2005）。「根據衛生署調查，台灣近視率高達 42%，且近視人口中有 19%是高度近視群（600 度以上）」（王司宏，2005）。眼鏡的鏡片愈來愈厚重，對近視者而言，造成不少的困擾；再者，鏡片與眼睛之間有一定的距離，一旦戴上眼鏡，眼睛就自然處於隨時必須與眼鏡保持協調的適應力，而配戴者就會想要更深度數的眼鏡（中川和宏，2011）。然而隨著現代科技與醫療進步，近視者已可利用手術來矯正度數（如：飛秒雷射手術），但大多數的人卻因為害怕雷射手術失敗導致失明的風險，以及手術後併發症的質疑（如：眼睛乾澀、夜間視力減弱、視力不穩定、角膜瓣位移等問題），致使許多人對於雷射手術裹足不前，且有部分職業並不適合戴眼鏡，如：運動員、藝人等，因而選擇配戴隱形眼鏡。因此，隱形眼鏡不但成了大眾出門的必備佳品，甚至針對不同消費者的需求，進而推出了“彩色”隱形眼鏡。

彩色隱形眼鏡色彩繽紛，功能與效果也各不相同，帶給消費者不一樣的新鮮感及時代潮流，成為現代愛美人士的新寵。我們觀察到身旁的朋友對於彩色隱形眼鏡這新一代潮流的喜好與認知各有不同，因此選擇對花蓮高中生購買彩色隱形眼鏡的消費行為進行更深入的分析及探討。

二、研究目的

- （一）了解彩色隱形眼鏡的歷史演變。
- （二）各種彩色隱形眼鏡的品牌比較。
- （三）彩色隱形眼鏡的 SWOT 分析。
- （四）探討消費者對彩色隱形眼鏡的消費行為。

三、研究方法

根據以上研究目的，先以「文獻分析法」收集彩色隱形眼鏡的相關資料，再採用「問卷調查法」進行消費行為分析。

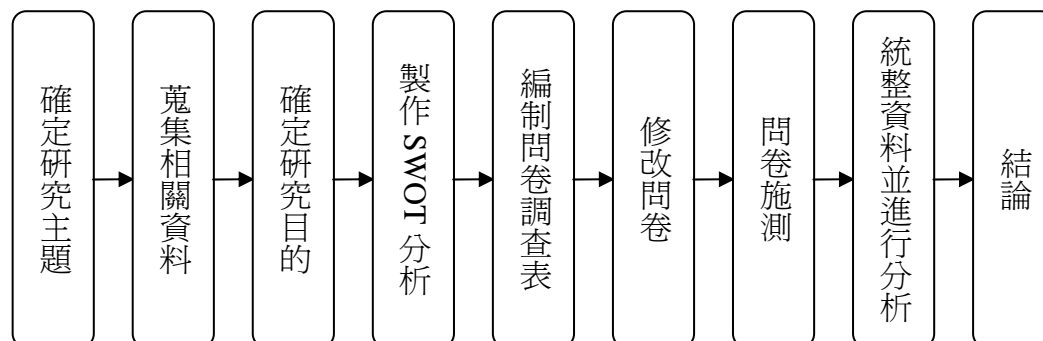
四、研究範圍及限制

本研究因經費、人力、時間有限之故，研究範圍為花蓮消費者對彩色隱形眼鏡消費需求的看法，其他行銷策略均不在此研究範圍內。本研究對象為戴過隱形

高中生對彩色隱形眼鏡之消費行為分析--以花蓮市為例

眼鏡的花蓮高中生對彩色隱形眼鏡消費行為的看法，其他縣市均不在本文之研究範圍。

五、研究步驟



圖一 研究步驟圖

（資料來源：本研究整理）

貳●正文

一、隱形眼鏡的歷史

隱形眼鏡從虛擬的設計構思到實際的產品問世，距今有五百多年的歷史，過程中也遇到許多挫折和失敗，才有今天的成就，以下是隱形眼鏡的歷史演變：

表 1 隱形眼鏡歷史演變

| 年代 | 國家 | 首創者 | 理論 |
|--------|-----|------------|--|
| 1508 年 | 義大利 | <u>達文西</u> | 提出把鏡片直接戴在眼睛的想法 |
| 1636 年 | 法國 | <u>笛卡爾</u> | 亦有相近建議 |
| 1887 年 | 德國 | 菲克 | 成功製造出第一隻隱形眼鏡，但由於其透氧率過低，易引發角膜炎等眼病。 |
| 1938 年 | 美國 | 莫倫、奧布賴 | 使用 PMMA 聚合物為材料，制作出第一副全塑膠隱形眼鏡 |
| 1940 年 | 美國 | 奧布賴 | 以壓克力系的 plexiglass 發展全塑膠隱形眼鏡 |
| 1961 年 | 捷克 | 奧托·威特勒 | 發明軟性隱形眼鏡 |
| 1970 年 | 捷克 | 奧托·威特勒 | 推出透氣性硬性隱形眼鏡（RGP） |
| 1997 年 | 德國 | 卡爾·蔡斯公司 | 彩色隱形眼鏡最早是在歐美發展，一開始為了眼球受傷的患者而應用於義眼片上，由蔡斯公司首度發行醫療用彩色隱形眼鏡 |

（資料來源：本研究整理）

二、市場上各家彩色隱形眼鏡品牌的比較

高中生對彩色隱形眼鏡之消費行為分析--以花蓮市為例

現今近視率逐年攀升，隨著隱形眼鏡的興起，漸漸替代了傳統眼鏡，消費者花費在隱形眼鏡上的費用也越來越多，隱形眼鏡的訊息在大眾間快速竄起，資訊不對稱的狀況越來越少，然而還是有些資訊容易導致消費者錯誤的觀念。以下是針對目前市面上各家品牌做出分析，以雙週拋及日拋的帝康、嬌生、視康、加美、英諾華、黛安娜為例，其中以價格、顏色、含水量、片數、直徑等為比較標準。

表 2 各家彩色隱形眼鏡品牌比較表

| 品牌 | 日拋 | | | | 雙週拋 | | | |
|-----|---------------|-----------------|-----|------|--------------|-----------------|-----|------|
| | 包裝價格 | 顏色 | 含水量 | 直徑mm | 包裝價格 | 顏色 | 含水量 | 直徑mm |
| 帝康 | 10 片 180 元 | 藍、綠、紫、 棕、灰、黑 | 42% | 14.2 | 6 片 200 元 | 黑 | 42% | 14.2 |
| 視康 | 30 片 250 元 | 藍、綠、棕、 灰、 | 69% | 13.8 | 2 片 380 元 | 棕、灰、綠、 藍、紫 | 45% | 13.8 |
| 英諾華 | 8 片 130 元 | 灰、棕、紫、 藍、綠 | 58% | 14 | 2 片 250 元 | 灰、棕、紫、 藍、綠、黑 | 60% | 14 |
| 嬌生 | 30 片 800 元 | 黑、金、棕 | 58% | 14.2 | | | | |
| 加美 | 10 片 199 元 | 藍、綠、紫、 棕、灰、黑 | 42% | 14 | | | | |

(資料來源：本研究整理)

根據本組實地訪問，有些人選擇購買彩色隱形眼鏡的原因為“含水量高”，醫師表示，市面上大多數的彩色隱形眼鏡是直接將染料塗到鏡片上，導致種種後遺症，這種類型的鏡片，透氧度較一般無色透明的隱形眼鏡差，建議彩色隱形眼鏡每天勿戴超過 8 小時、彩色鏡片勿超過 4 小時（高麗玲，2011）。所以含水量過高其實是不好的，卻也不是追求含水量低的，而是要追求透氧率的比值，因為透氧率越高舒適度也越高，透氧率比值 12~20%。

三、彩色隱形眼鏡 SWOT 分析表

表 3 彩色隱形眼鏡 SWOT 分析

| | Strengths 優勢 | Weaknesses 劣勢 |
|--|---|--|
| | 1、使用後即可拋棄。 2、方便且較眼鏡美觀。 3、輕薄再加上質量佳的設計已逐漸取代厚重傳統眼鏡。 4、配戴時不會像眼鏡一樣起霧。 | 1、無法長時間配帶。 2、眼睛感染率較高。 3、配帶、保養方式繁瑣。 4、配戴方式錯誤，可能造成永久失明。 |

高中生對彩色隱形眼鏡之消費行為分析--以花蓮市為例

| | Opportunities 機會 | Threats 威脅 |
|----|---|--|
| 外部 | 1、目前市面上老花隱形眼鏡不普及，各企業可由這市場加以研究發展。 2、隱形眼鏡未來可以發展至軍事用途。 3、配合不同的節日，將各種不同的顏色效果變化，做出更多的展現。 | 1、市面上出現許多劣質隱形眼鏡，造成消費者購買意願降低。 2、隨著科技的進步，雷射手術成功率越來越高，使隱形眼鏡購買率降低。 3、眼鏡款式越來越多不再像以往的傳統眼鏡單調古板，消費者選擇性多。 4、隱形眼鏡的負面新聞趨多，造成消費者對隱形眼鏡的購買慾望降低。 |

(資料來源；本研究整理)

四、問卷統計結果分析

本研究採「問卷調查法」，依據花蓮市的高中生做問卷，共發出 200 份問卷，收回 200 份，其中，有效問卷 193 份，無效問卷 7 份，有效回收率 97%。

(一) 基本資料

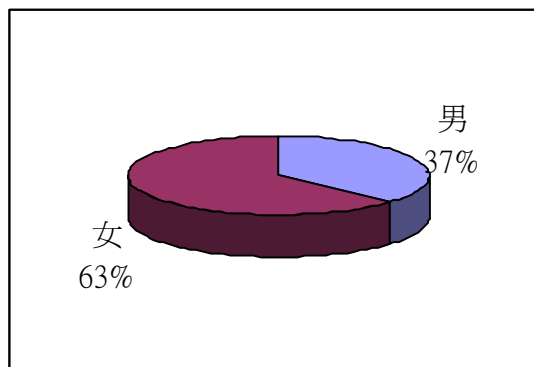


圖 1 性別

1、性別

由圖 1 可得知，彩色隱形眼鏡的配戴人數女生佔了大部分。女生 63%、男生 37%。

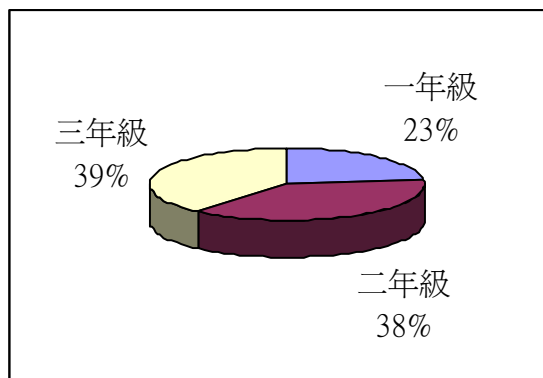


圖 2 年級

2、年級

由圖 2 可得知，三年級佔 39%、二年級佔 38%、一年級佔 23%。

高中生對彩色隱形眼鏡之消費行為分析--以花蓮市為例

(二) 消費行為

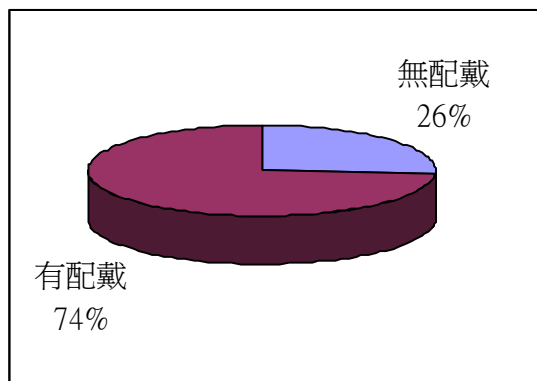


圖 3 彩色隱形眼鏡的配戴情形

1、有無戴過彩色隱形眼鏡

由圖 3 可得知，“有”配戴彩色隱形眼鏡的高中生比例較多，佔 74%，“無”配戴彩色隱形眼鏡則佔 26%。

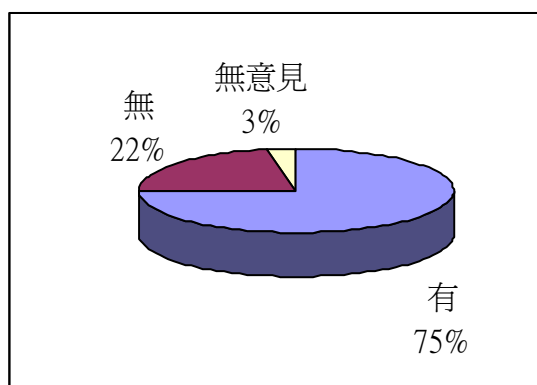


圖 4 未來彩色隱形眼鏡的配戴意願

2、是否意願配戴彩色隱形眼鏡

由圖 4 可得知，高中生無配戴過彩色隱形眼鏡的人中有 75% 的學生未來有意願配戴彩色隱形眼鏡，無意願的佔 22%，無意見的則佔 3%。

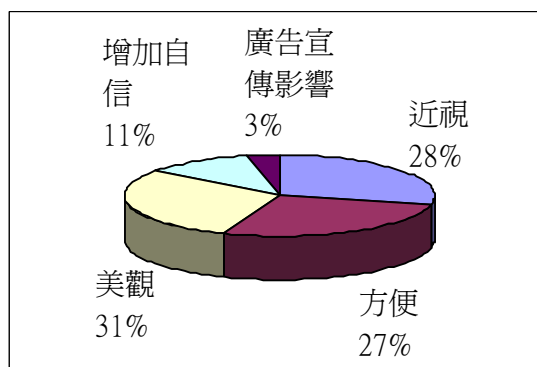


圖 5 配戴的原因

3、配戴彩色隱形眼鏡的原因

由圖 5 可得知，一般高中生配戴彩色隱形眼鏡的原因，爲了美觀佔 31%、近視 28%、求方便 27%、增加自信心佔 11%、受廣告影響佔 3%。

高中生對彩色隱形眼鏡之消費行為分析--以花蓮市為例

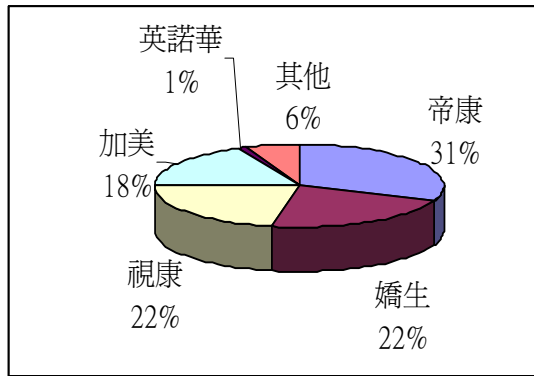


圖 6 廠牌

4、最喜歡戴的彩色隱形眼鏡是哪一家廠牌的

由圖 6 可得知，最受花蓮高中生歡迎的品牌是帝康佔 31%，嬌生及視康各佔 22%，加美 18%，英諾華 1%，其他則佔 6%。

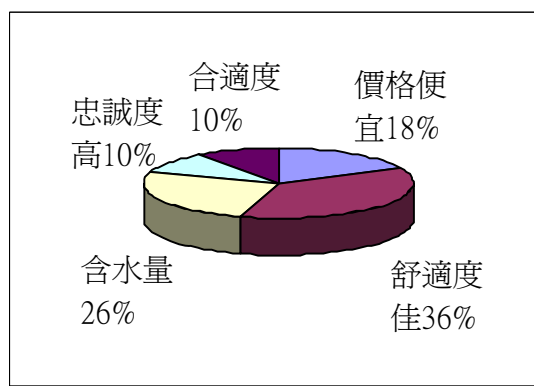


圖 7 選擇此廠牌的原因

5、承上題，為何選擇此廠牌彩色隱形眼鏡

由圖 7 可得知，36%的學生以舒適度作為選擇隱形眼鏡的理由，26%重視含水量，18%是價格因素，忠誠度和合適度都佔 10%，由此可得知舒適度是選擇此隱形眼鏡的重要原因。

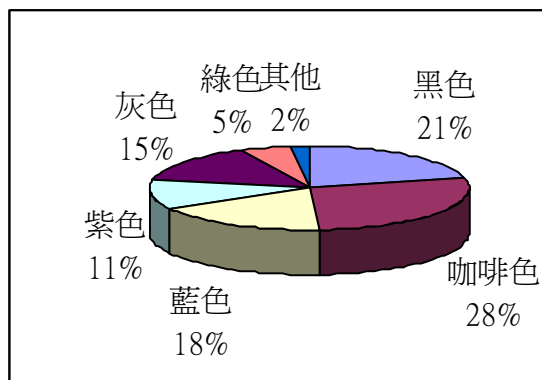


圖 8 購買款項

6、購買彩色隱形眼鏡的哪一款

由圖 8 可得知，最受花蓮高中生歡迎的彩色隱形眼鏡的顏色，以咖啡色最多佔 28%，黑色佔 21%，藍色佔 18%，灰色佔 15%，綠色佔 5%，其他則佔 2%。

高中生對彩色隱形眼鏡之消費行為分析--以花蓮市為例

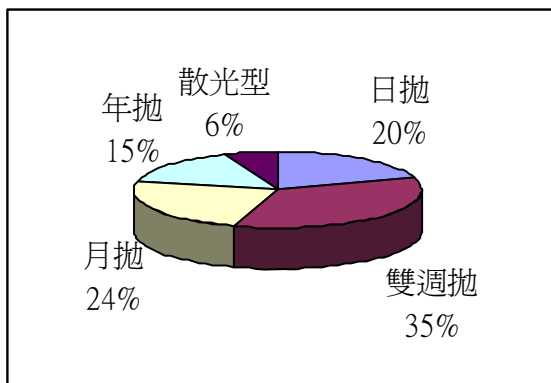


圖 9 目前配戴的種類

7、目前配戴哪種彩色隱形眼鏡

由圖 9 可得知，使用雙週拋彩色隱形眼鏡的高中生佔居最多數有 35%，月拋佔 24%，日拋 20%，年拋 15%，散光型 6%。

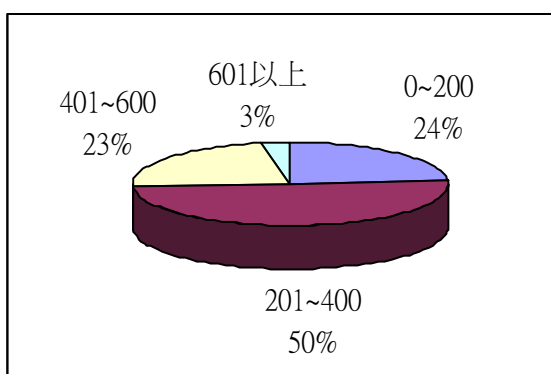


圖 10 平均每月花費的費用

8、平均每月花費在彩色隱形眼鏡的費用

由圖 10 可得知，有 50% 的學生可接受彩色隱形眼鏡價格的範圍在 201~400 元間，0~200 佔 24%、401~600 佔 23%、600 元以上的隱形眼鏡較難被大家接受只佔 3%。

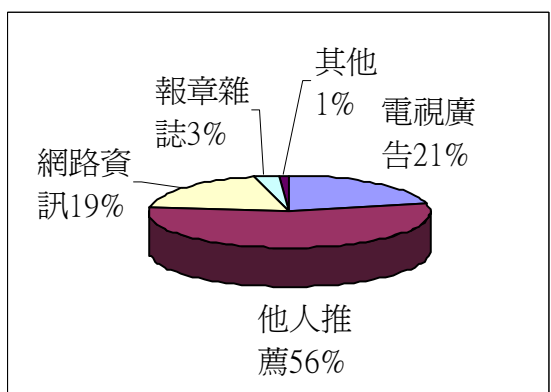


圖 11 購買管道

9、從何得知購買彩色隱形眼鏡的管道

由圖 11 可得知，絕大多數人是因為他人推薦而得知彩色隱形眼鏡的購買管道佔 56%，電視廣告佔 21%，網路資訊 19%，報章雜誌 3%，其他 1%。

高中生對彩色隱形眼鏡之消費行為分析--以花蓮市為例

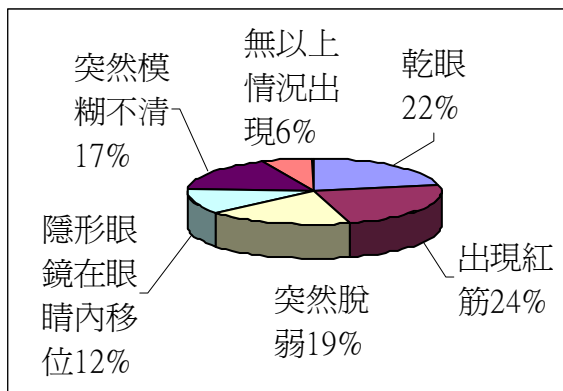


圖 12 可能遇到的情況

10、配戴期間，是否有遇到以下的情況

由圖 12 可得知，最常的狀況是出現紅筋佔 24%、眼乾 22%、突然脫落 19%、突然模糊不清 17%、隱形眼鏡在眼睛內移位 12%、無以上狀況出現 6%。

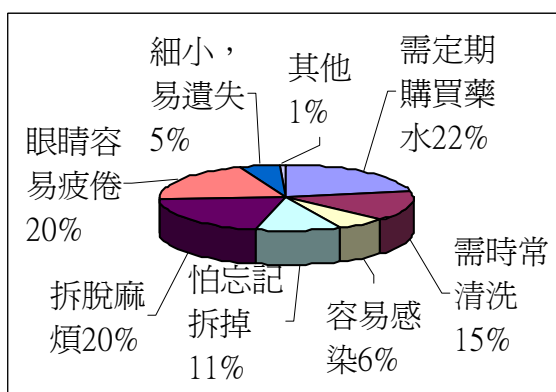


圖 13 不方便的原因

11、認為配戴彩色隱形眼鏡最不方便之處

由圖 13 可得知，配戴彩色隱形眼鏡最常讓消費者感到困擾的是須定期購買藥水佔了 22%、眼睛容易疲倦與拆脫麻煩各佔 20%、需時常清洗 15%、怕忘記拆掉 11%、容易感染 6%、細小易遺失 5%、其他 1%。

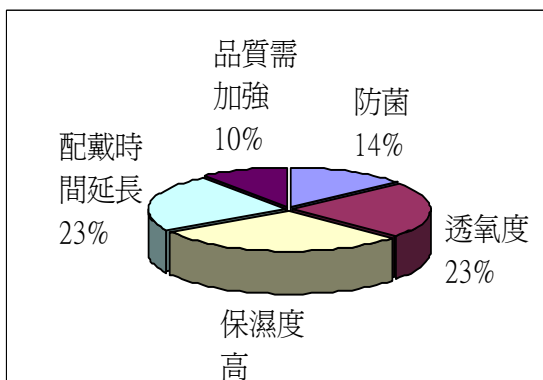


圖 14 改善要點

12、彩色隱形眼鏡有哪些需要改善的地方

由圖 14 可得知，高中生認為彩色隱形眼鏡最需要改善的地方是保濕度佔 30%，配戴時間延長及透氧度各佔 23%，防菌 14%，品質的加強佔 10%。因為隱形眼鏡戴太久容易不舒服，所以保濕度非常重要。

高中生對彩色隱形眼鏡之消費行為分析--以花蓮市為例

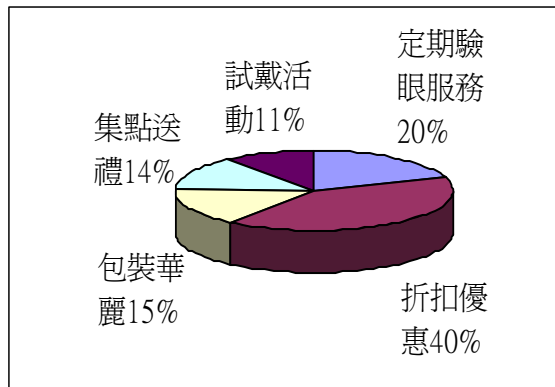


圖 15 促銷方式

13、何種促銷方式會吸引您購買彩色隱形眼鏡

由圖 15 可得知，店家如果採折扣優惠的方式，廣為大多數的消費者接受其中它就佔了 40%，定期驗眼服務則佔了 20%，包裝華麗 15%，集點送禮 14%，試戴活動 11%。

參●結論

一、結論

- (一) 1508 年義大利學者達文西是第一位提出把隱形眼鏡直接戴在眼睛上想法的人，當 1887 年德國學者菲克成功製造出第一隻隱形眼鏡後，軟式和硬式的隱形眼鏡也陸續研發出來，後來為了讓眼球受傷的患者免除外觀的缺憾，進而發展出在隱形眼鏡直接染上染料的想法。
- (二) 隱形眼鏡對大部份的學生來講，在生活上已經是密不可分的用品了，許多人會對產品的舒適度、含水量、價錢作為貨比三家的主要因素，以資料顯示雙週拋是學生最常用的類型，它不只是代表最受大家歡迎的類型，也代表著它的需求市場和價格較能被高中生接受。
- (三) 隱形眼鏡雖然較傳統眼鏡方便美觀，但事實上它也是有副作用的，根據調查顯示有百分之二十四帶過隱形眼鏡的人有出現過紅筋的現象，理大眼科視光學及放射學學系副教授曹黃惠華（2007）曾提到：配戴隱形眼鏡引致的乾眼症成因，包括：鏡片的沉積物，未清洗非拋棄式隱形眼鏡的人就較容易產生眼乾的問題，或是配戴含水量過高或戴太薄的鏡片，還有閱讀時，眨眼次數變少、淚膜分配不平均，角膜跟結膜表面不平、淚膜素質欠佳等等，都成為彩色隱形眼鏡愛好者又愛又恨的原因。
- (四) 根據調查報告發現高中女生配戴彩色隱形眼鏡的比率大於男生，近視已經不是完全的原因，反而是現代女性注重外表的人越來越多，追求時尚與流行是大部分女性配戴彩色隱形眼鏡的主因，彩色隱形眼鏡最受歡迎的顏色是咖啡色，但竟然不是其他較華麗的顏色，原因是學生

高中生對彩色隱形眼鏡之消費行為分析--以花蓮市為例

在學校並不能配戴太過明顯的彩色隱形眼鏡而咖啡色不失風采也不會太過以人注目，所以學生會在上學期間配帶咖啡色居多。

二、建議

- (一) 根據調查顯示消費者大部分都會參考各家廠牌的優惠來做選擇。本組建議，可以針對彩色隱形眼鏡的折扣優惠多做努力。此外，根據調查，消費者認為現在的彩色隱形眼鏡還有很多不方便之處，如容易感染、眼睛易疲倦、拆脫麻煩等問題，因此我們建議廠商應該要積極研發讓消費者更全面性滿意的新產品。
- (二) 根據我們實地現場訪問店家，發現隱形眼鏡含水量過高其實是不好的，但也不是追求低的含水量，而是要追求透氧率的比值，因為透氧率越高，舒適度也越高；且透氧越高，鏡片越難製造。大部分的隱形眼鏡透氧率差不多是 12~20%，因此我們建議，當消費者購買隱形眼鏡時，商家能多提供一些相關資訊，提醒一些被誤導的消費者，一方面能消除資訊不對稱的問題，一方面也能讓顧客有被重視的感覺，進而抓牢顧客的忠誠度，穩固商家在市場上的地位。
- (三) 彩色隱形眼鏡的變化快速，消費者的選擇越來越多，廠商的競爭也與日俱增，消費者也一直期待商家能推陳出新，因此只要有關彩色隱形眼鏡的一點消息透露，許多愛美人士隨即追隨。外國推出的彩色隱形眼鏡比國內快速，韓國或日本的品牌也成了台灣人的需求，因此我們建議廠商可以多注意外國彩色隱形眼鏡的動向，或是多與國外商家合作，使消費者有更多的款式可以選擇。

肆●引註資料

維基百科。2011 年 10 月 13 日。取自

<http://zh-yue.wikipedia.org/wiki/%E7%B6%AD%E5%9F%BA%E7%99%BE%E7%A7%91>

高麗玲（2011）。有色隱形眼鏡片染料，恐傷眼。**蘋果日報**。03 月 30 日。

曹黃惠華（2007）。透過專業持續進修教育提升業界對隱形眼鏡執業水平，**隱形眼鏡快訊**，8。2012 年 1 月 30 日。取自

http://www.polyu.edu.hk/so/clear/newsletter_issue8.pdf

王司宏（2005）。**絕對提升寶寶視力**。台北市：台視文化。

中川和宏（2011）。**跟眼鏡說 Bye ! bye !**。新北市：俊嘉文化事業有限公司。

甲等

《商業類》

篇名：

花蓮市高中職學生對電信業之選擇與比較—以 7-Mobile 及亞太電信為例

作者：

劉樺軒。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

黃鈺婷。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

林念秋。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：

李翠華老師

壹●前言

一、研究動機

從古至今便利商店一直與我們的生活息息相關，然而伴隨著時代的變遷，便利商店的發展越來越多元化，原本單純的買賣業現在增添了不同以往的金融服務，甚至朝向了電信產業的發展。

「7-Mobile」是現代新萌芽的電信產業，推出了網內互打免費的專案，並與遠傳電信合作提供高品質的通訊服務。在現在 WiFi 盛行的時代，無線上網已是人們不可獲缺的產品，7-Mobile 讓你在通話之餘還能夠享受免費無限上網的便利。

雖然它提供了網內互打免費的專案，但在這對手林立的市場，他要如何能佔有一席之地呢？當大家都已經使用了原有的電信，它有什麼吸引力能讓大家爲了它而改變呢？

因爲現今網內互打免費專案日益新盛，我們想探討亞太電信以及新興產業 7-Mobile 的差別，所以我們對這兩家電信進行分析與討論，便以年輕人做爲選擇電信的依據。

二、研究目的

- (一) 分析 7-Mobil 與亞太電信之間方案比較。
- (二) 探討 7-Mobile 與亞太電信的優勢、劣勢、機會與威脅。

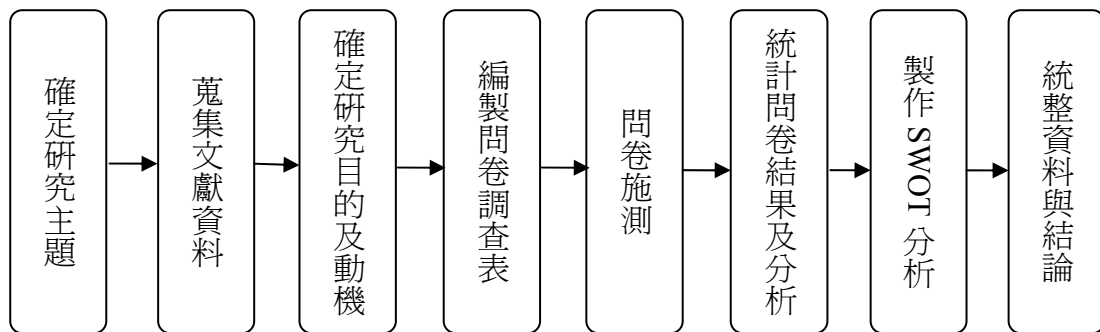
三、研究方法

根據以上之研究目的，將採用文獻分析法後以「問卷調查法」進行研究。

四、研究範圍及限制

本研究因人力、地區、時間之有限，再加上本產業才剛起步，資料及流通度有限，故本研究之範圍爲「花蓮高中（職）學生」。

五、研究步驟



圖一 研究流程圖

貳●正文

一、7-Mobile

（一）公司簡介

7-Mobile 統一超商電信，是由統一超商股份有限公司創立的，它的多角化經營從原本的便利商店擴展到現在的電信業。都是為了讓消費者能夠以最便利的方法得到消費的滿足。「以往，我們安住在您家的巷口，讓您出門即得。現在，我們就在您的身邊，讓您隨手即用。」（7-Mobile 官方網站）

（二）經營理念

7-Mobile 統一超商電信是現代新萌芽的電信產業，推出了網內互打免費的專案，並與遠傳電信合作提供高品質的通訊服務。主張「融入顧客情境」思考，然而在現今 WiFi 盛行的時代，無線上網已是人們不可獲缺的產品，7-Mobile 讓你在通話之餘還能夠享受免費無限上網的便利。

（三）7-Mobile 的費率分析

表一 7-Mobile 費率表

| | 月租費 280 方案 | 月租費 377 方案 |
|------|--------------------------------|-----------------------------------|
| 費率說明 | 每個月的月租費 280 元（優惠期間可享有月租費五折優惠）。 | 每個月的月租費 377 元（月租費約可抵國內 62 分鐘通話費）。 |

花蓮市高中職學生對電信業之選擇與比較—以 7-Mobile 及亞太電信為例

| | | |
|------|--|--|
| 方案特色 | <ul style="list-style-type: none"> ●語音網內互打免費、再送網外 35 分鐘。 ●網外費率超優惠。 | <ul style="list-style-type: none"> ●每月可享 377 元購物金，連續贈送 24 個月。 ●月租費可抵國內通話費。 |
| 語音費率 | <ul style="list-style-type: none"> ●語音網內行動免費。 ●語音網外每月贈送 35 分鐘，超過以 NT\$0.07/秒計。 | NT\$ 0.1/秒(網內/網外/市話均一價)。 |

(資料來源：取自 7-Mobile 的官方網站，本研究加以整理)

(四) 7-Mobil 統一電信 SWOT 分析

本組以SWOT分析，即根據自身的既定內容條件進行分析找出企業的優勢、劣勢、機會與威脅。S代表優勢，W代表劣勢，O代表機會，T代表威脅。朱敏慎、莊宏啓(2010)提出：「為制定策略之前慣用的分析架構，可用於解決問題，或做準備、修正計畫的思考架構。」

表二 7-Mobil 統一電信 SWOT 分析

| S 優勢 | W 劣勢 |
|--|--|
| 1、以 Wi-Fi 無線上網免費主打 2、主打網內互打免費 3、收訊較好 4、月租費可抵通話費，再退購物金 | 1、網內互打免費，但使用用戶較少 2、沒有簡訊免費 3、電信創立較晚 |
| O 機會 | T 威脅 |
| 1、可以使用功能較多的手機 2、網外通話免費比其他家多 5 分鐘 | 1、網內互打免費的電信已有非常多，市場競爭大 2、無法滿足部份族群 |

(資料來源：本研究整理)

二、亞太電信

(一) 公司簡介

亞太電信創立於西元2000年，由亞太固網、亞太行動及亞太線上共同建創而成，希望透過「具體落實固網、行網匯流FMC策略2007年6月，同時透過「整合、創新、速度」三大核心競爭優勢，」(亞太電信官方網站)藉此提升企業的競爭能力。

全台灣第一家可以提供網內互打免費且不限人數的電信公司，開創了網內互打不限人數的先鋒，成功打響公司的名號，並因此擁有廣大的客戶群。

花蓮市高中職學生對電信業之選擇與比較—以 7-Mobile 及亞太電信為例

（二）經營理念

亞太電信的「A+」代表亞太「從 A 到 A+」，給予消費者「A+」服務，「時時刻刻謹記使命達到「品質提升、服務提昇、速度提昇」三大目標的品牌精神」（亞太電信官方網站），整合、創新、速度為亞太電信的競爭優勢。將固網寬頻服務、網路寬頻服務、行動寬頻服務加以整合；將行動通訊嵌入平台加以創新，提供加值服務供消費者更多元的選擇；全台灣首先「提供 MAN 大都會區 ELL & VDSL 超高頻寬數據網路服務」（亞太電信官方網站），讓公司企業、消費者擁有網路穩定與高效率的服務。

（三）亞太電信的費率分析

表三 亞太電信費率表

| 資費方案 | 月租費(元) | 免費通話分鐘數 | | 網外費率 (元/秒) | 網內費率 (元/秒) |
|----------|--------|---------|--------|---------------|---------------|
| | | 網內 | 網外 | | |
| 快樂通 333 | 333 | 333 分鐘 | 30 分鐘 | 0.0812 | 0.0600 |
| 快樂通 555 | 555 | 555 分鐘 | 50 分鐘 | 0.0722 | 0.0500 |
| 快樂通 888 | 888 | 888 分鐘 | 120 分鐘 | 0.0631 | 0.0400 |
| 快樂通 329 | 329 | 329 分鐘 | 30 分鐘 | 0.0834 | 0.0610 |
| 快樂通 501 | 501 | 501 分鐘 | 50 分鐘 | 0.0767 | 0.0525 |
| 快樂通 1288 | 1288 | 1288 分鐘 | 240 分鐘 | 0.0586 | 0.0350 |

（資料來源：亞太電信官方網站）

（四）亞太電信 SWOT 分析

表四 亞太電信 SWOT 分析

| S 優勢 | W 劣勢 |
|--|--------------------------|
| 1、主打網內互打免費 2、加價可享簡訊免費 3、使用人數較多 4、創立時間較早 | 1、手機款式有限 2、收訊較差 |
| O 機會 | T 威脅 |
| 1、可到大陸擴廠 2、可增加更多優惠方案 | 1、類似方案競爭激烈 2、費率較低容易虧損 |

（資料來源：本研究整理）

花蓮市高中職學生對電信業之選擇與比較—以 7-Mobile 及亞太電信為例

四、7-Mobile 與亞太電信之比較

表五 亞太與 7-Mobile 的比較

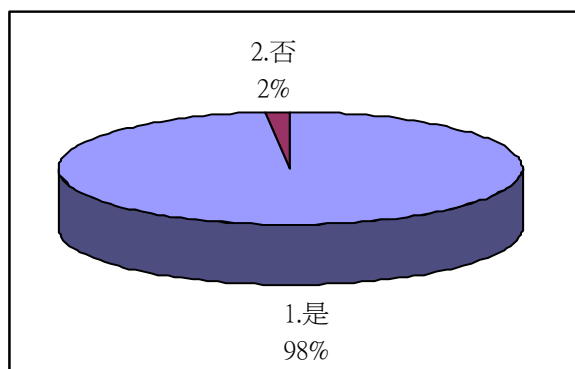
| 電信業者 比較類別 | 亞太電信 | 7-Mobile 電信 |
|--------------|---|---|
| 商標 |  |  |
| 收訊 | 較差 | 較好 |
| 基地台 | 本身自建 | 向遠傳電信承租 |
| 手機的限制 | 有亞太專屬的手機 | 2G 或 3G 皆可 |
| 空機的品質 | 較低 | 較高 |
| 空機的價格 | 較高 | 較低 |
| 創立的时间 | 較長 | 較短 |
| 門市店面 | 較少 | 較多 |
| 熟識程度 | 較高 | 較低 |

(資料來源：本研究整理，圖片取自亞太電信及 7-Mobile 官方網站)

(五) 問卷分析

以下問卷為本組針對高中生對於亞太電信與 7-Mobile 電信的比較做為調查結果。問卷分析共發出 200 份問卷，回收問卷共 200 份，有效問卷共 179 份，無效問卷共 21 份，有效回收率 89.5%。

1、請問您是否使用手機？

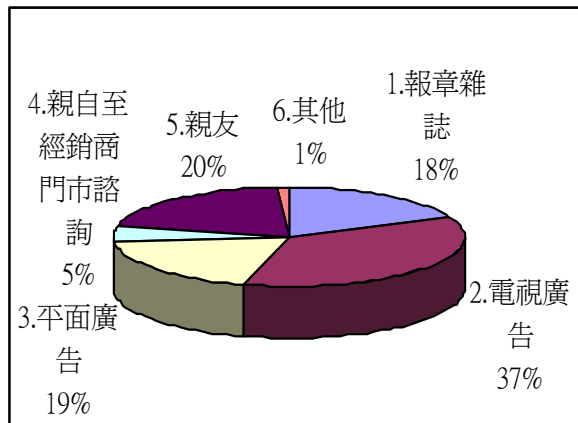


由圖一可得知，現代人普遍都有使用手機，其中在高中職生中擁有數就佔了 98%，而沒有使用手機的佔 2%

圖一 使用手機比例

花蓮市高中職學生對電信業之選擇與比較—以 7-Mobile 及亞太電信為例

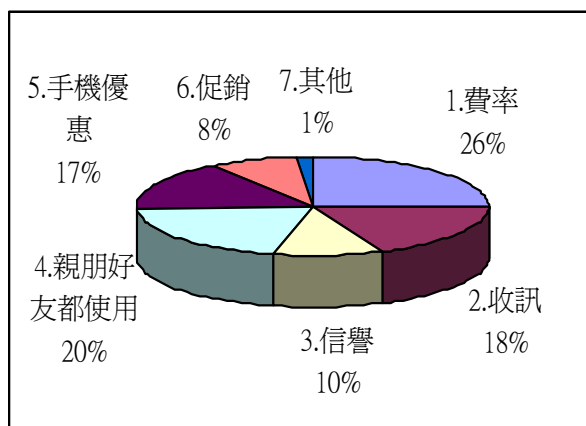
2、請問你是從何種媒體了解到電信的資訊？



圖二 如何了解電信資

從統計表中我們得知，大多數的民眾都是藉由電視廣告來得知此產品的佔 37%，其次是藉由親友們的介紹佔了 20%，至經銷商門市諮詢只佔了 5%。

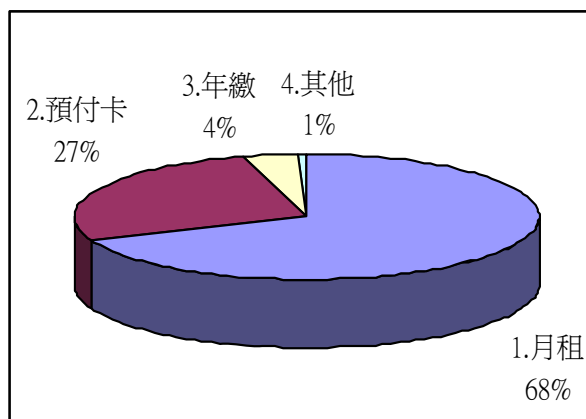
3、您通常是如何選擇一家電信？



圖三 如何選擇電信

從統計表中我們得知，有 26% 的民眾選擇此家電信的主要關鍵在於費率的高低，其次是親友們所使用的電信，佔了 20%。而收訊問題和手機優惠也都是消費者選擇電信的考量。

4、請問您所使用的方案是？

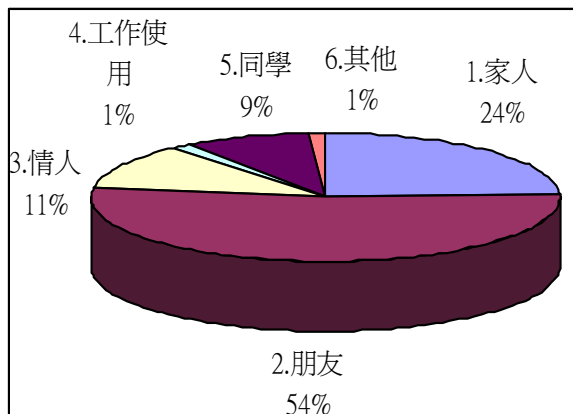


圖四 目前門號的電信

從統計表中我們得知，有 68% 的民眾喜愛以月租方案來付費，而其次是預付卡 27%，民眾因使用手機次數較少，而電話費沒有達到月租，於是有些民眾就會選擇使用預付卡。

花蓮市高中職學生對電信業之選擇與比較—以 7-Mobile 及亞太電信為例

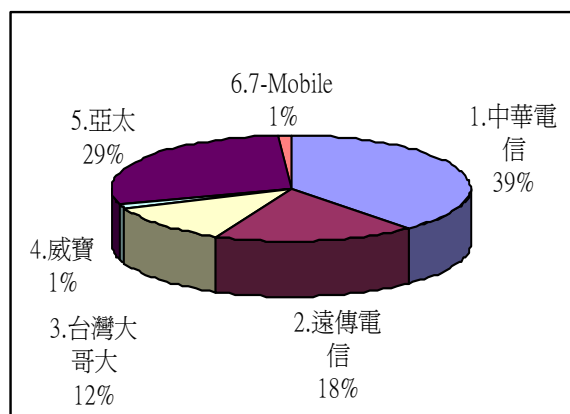
5、您通常使用手機時最常與誰連絡？



圖五 目前使用的付費方案

從統計表中我們得知，使用手機用戶最常連絡對象大多數是朋友和家人，佔了其中 54%及 24%。而因為使用用戶大多是學生，所以在工作使用方面較少，只佔了 1%。

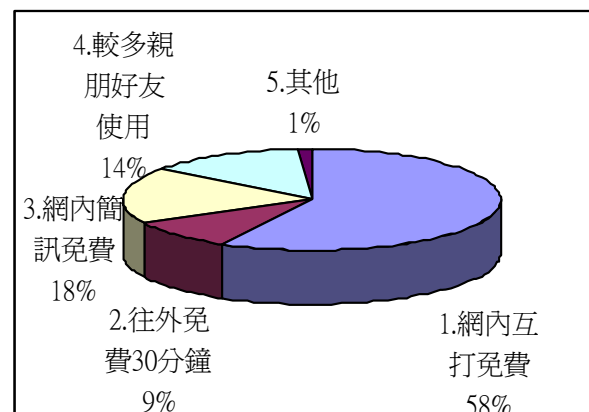
6、請問您是使用哪一家電信？



圖六 使用的電信

從統計表中我們得知，大多數的民眾所用的電信為中華電信，佔了其 39%。其次就是亞太電信，而 7-Mobile 所佔有率卻是占少數，所以會拋棄亞太電信而轉向使用 7-Mobile 必須要有比亞太電信更加吸引人的地方才可以。

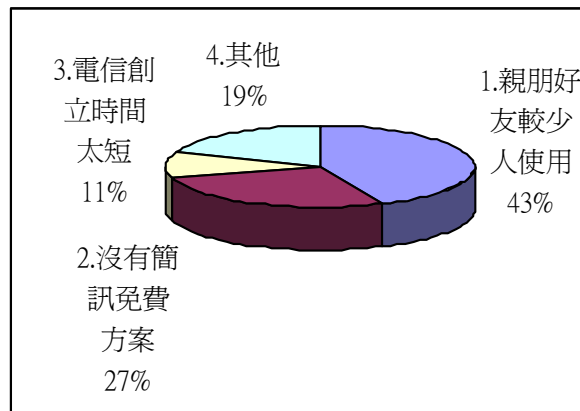
7、請問您會選擇 7-Mobile 的原因為何？



圖七 選擇 7-Mobile 的原因

由統計表可得之，現代學生對於有提供無線上網是最大的誘因，而其次是網內戶打免費較能符合現代學生們的需求。

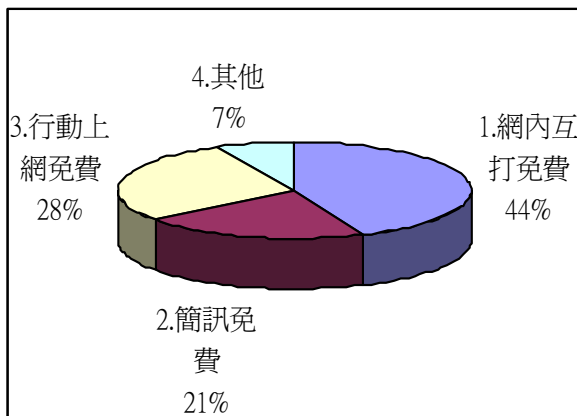
8、消費者不會選擇 7-Mobile 的原因？



圖八 不會選擇 7-Mobile 的原因

由統計表得知，有 43% 的用戶不會選擇使用此電信原因為親朋好友較少人使用，其次是沒有網內簡訊免費方案，佔了 27%，較不符合現代學生們的需求。

9、何種方案最能促使高中生轉換電信？



圖九 高中生轉換電信原因

由統計表可得知，網內互打免費是高中生轉換電信的主要原因，佔了其中 44%。其次行動上網免費也佔了 28%，由於 3G 手機的普及化，因此行動上網也成了電信業必須具備的條件。

參●結論

一、結論

經過我們這組做完的資料分析後，我們發現消費者資訊最主要的來源來自於電視廣告及親友的介紹，如果想要擴展知名度，除了電視的廣告外，再來就是服務都要盡其所能的讓顧客滿意，透過顧客的傳遞，將使你的信譽日與俱增。

除了信譽外，我們也觀察到亞太電信的市佔率之所以能迅速爬升到現在的地位，不只是因為費率問題，甚至還是親友的推薦，相較之下 7-Mobile 雖然也採用類似的方案，只不過創立的時間相較於亞太稍嫌太晚，要如何吸引消費者找親

朋好友一同轉入 7-Mobile？這就是 7-Mobile 想要吸引顧客必須注意的問題，所以它採用許多和亞太電信不同的方案，7-Mobile 網外免費贈送比亞太多了 5 分鐘，手機款式也比亞太的選擇還多，另外收訊也比亞太好，爲了追求現代人所重視的上網需求，7-Mobile 也提供消費者在 7-11 門市就可享有免費 Wi-Fi 的上網服務，此方案不但能吸引消費者的目光，更能吸引消費者前來 7-11 消費，如此一來不也增加了 7-11 的商機嗎？

亞太電信目前最佳的優勢，就是比 7-Mobile 擁有更多的客源，網內戶打免費的專案追求的就是划算，由於親朋好友都在亞太，所以就算合約到期，消費者也不會特別想轉換電信。根據統計亞太電信的收訊較 7-Mobile 差，這有可能是亞太電信的危機，因爲亞太電信的基地台明顯較少，而 7-Mobile 的基地台則是向較穩定的遠傳電信承租，相較之下它的收訊能力當然會比亞太電信來的穩固。隨著 7-Mobile 的萌芽可能會替亞太電信帶來威脅，7-Mobile 各方面的條件都比亞太電信來的優惠，也許消費者會漸漸轉向 7-Mobile 電信。

二、建議

根據統計 7-Mobile 電信的知名度稍嫌太低，儘管它的方案很吸引人，但也沒辦法讓消費者得知。所以我們建議 7-Mobile 電信應增加電視廣告的宣傳，或是報章雜誌的介紹，如此一來才能擴大其知名度，讓消費者了解，並能增加更多客源。

亞太電信目前面臨龐大的競爭者之威脅，應該增添更多的優惠服務，滿足消費者的需求。如能創新更多方案，消費者勢必不會轉換其他電信業者，如此一來亞太電信必能在電信業中佔有一席之地。

肆●引註資料

朱敏慎、莊宏啓（2010）。**商業概論 I**。台北市：啓芳。

亞太電信官方網站。2011 年 12 月 19 日，取自

<http://www.aptg.com.tw/Corporate/index.htm>

7-Mobile 統一超商電信。2011 年 12 月 19 日，取自

<http://www.7-11.com.tw/7-Mobile/index.html>

甲等

《商業類》

篇名：

火鍋之神—探討花蓮鍋神涮涮鍋行銷策略與顧客滿意度分析

作者：

郭佳怡。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

黃爰萱。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

李東陽。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：

李翠華老師

壹●前言

一、研究動機

近年來掀起一股火鍋熱，火鍋店不只在冬天才會客滿，就連平常的時候也是人擠人。在花蓮有很多家的火鍋店，有吃到飽的，也有百元小火鍋等各種類型。但在花蓮市區，有一家以日式涮涮鍋為主的火鍋店，以特別的經營策略吸引了許多愛好美食的顧客前來消費。因此產生了我們研究此火鍋店的動機，究竟火鍋店是如何經營？它必須搭配哪些特別的行銷手法？才能使這家火鍋店能在花蓮市區占有一席之地。

二、研究目的

- (一) 探討花蓮鍋神涮涮鍋之行銷策略。
- (二) 進行花蓮鍋神涮涮鍋的 SWOT 分析。
- (三) 分析消費者對於花蓮鍋神涮涮鍋的整體滿意度。

三、研究範圍及限制

本研究範圍為花蓮市區一般消費民眾對於花蓮鍋神涮涮鍋的整體滿意度調查，並訪問花蓮鍋神涮涮鍋的主要行銷策略。研究限制為花蓮市區一般消費民眾對於花蓮鍋神涮涮鍋的整體滿意度調查，不得推論於其他縣市的消費者對於其他縣市的鍋神涮涮鍋的整體滿意度。

四、研究方法

- (一) 文獻探討法：先蒐集花蓮鍋神涮涮鍋的相關資料，並閱讀文獻加以整理。
- (二) 問卷調查法：對於花蓮鍋神涮涮鍋的消費群為調查對象，共發200份問卷，進行分析探討。

五、研究步驟圖

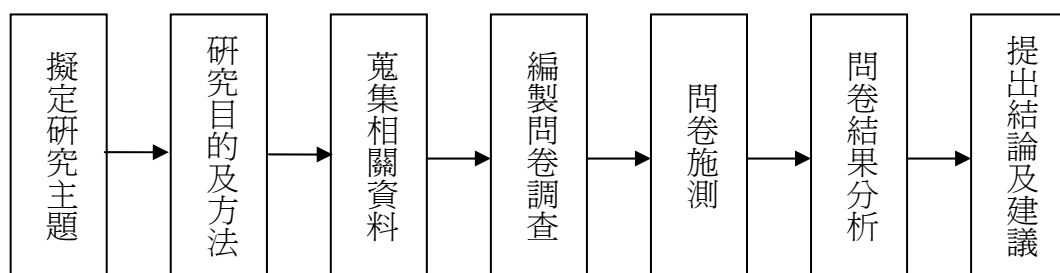


圖 1 研究步驟圖

貳●正文

一、火鍋的起源

「火鍋」是以鍋為器具，以熱源燒鍋，用水或湯導熱，以涮煮食物的烹調方式，同時也是指這種烹調方式所用的鍋具。火鍋的特色是可邊煮邊吃、鍋的本身具有保溫效果。（維基百科）

二、「花蓮鍋神」簡介

這家日式火鍋店位於花蓮市國聯五路 55 號，靠近電影城，不但停車方便，附近也有許多可以讓人休閒娛樂的消費場所。火鍋店內舒適、明亮的空間，優美的燈光，有種奢華並不會感到壓力的氣氛，讓顧客們在品嚐火鍋時，能夠擁有愉悅的享受。

寬敞的用餐空間，運用大量的色彩展現溫馨氣氛。花蓮鍋神內部空間透出舒適氛圍，裡頭的裝潢以開放景觀式、半開放包廂式以及緊鄰式等空間，都讓用餐感受更具彈性。

對於多種精緻的鍋物，顧客們擁有多樣性的選擇，並能依自己的喜好點餐，而火鍋的湯頭屬於清淡的風味，可以搭配各式特色的配料，不但營養又健康，而且價格經濟又實惠。怪不得每天到了用餐時間都能夠門庭若市，有許多人願意等待那幾分鐘，爲了就是要品嚐到風味精緻而迷人火鍋。

花蓮鍋神涮涮鍋的特色鍋物，以現切肉片鍋為店內鍋物一大特色，只要是肉類產品都是現點現做；而海鮮產品則由當地產地直送，是新鮮保證。

三、餐點

本店以清爽的昆布柴魚作為主要的鍋底，搭配新鮮蔬菜、豐富的火鍋料及一盤現切的肉品。作料部分採自助式，可供消費者自行搭配。飯後更提供種類繁多的甜點，消費者在飽足之後，能來上一碗冰涼的紅豆西米露。

四、花蓮鍋神涮涮鍋之行銷 4P

「所謂行銷策略係指企業為了配合及滿足消費者的需求，所制定的行銷策略組合」（黃照明、吳碧玉、汪澤龍，2012），其中：

- (一) 產品策略 (Product)：產品是指市場上可供注意或消費的東西。
- (二) 價格策略 (Price)：價格是行銷組合中唯一能為企業獲取利潤的元素。
- (三) 推廣策略 (Promotion)：推廣是將企業與產品訊息利用溝通來傳達給目標市場的活動。
- (四) 通路策略 (Place)：通路是指製造商將商品移轉至消費者過程中，取得產品所有權或銷售權的機構或個人。

「目的是為了尋找能使企業資源及潛能可與所處市場環境相互配合的策略。」
(朱敏慎、莊宏啓，2010)

表 1 花蓮鍋神行銷 4P 分析

| | 肉類 | 海鮮類 | 手工丸類 | 湯底 |
|----|--|--|---|--|
| 產品 |  |  |  |  |
| | <ul style="list-style-type: none"> · 豬肉／牛肉／羊肉 · 沙朗牛肉、雞肉 · 松坂豬肉 · 雪花牛肉／羊肉 · 霜降牛肉 · 無骨牛小排 · 神戶級牛肉 | <ul style="list-style-type: none"> · 蛤蜊、白蝦、花枝 · 鮑魚片、小章魚 · 扇貝、鮮干貝 · 小卷、鯛魚、軟絲、鮮蚵 · 草蝦、生蠔、螃蟹 (活) | <ul style="list-style-type: none"> · 鮮魚丸、水晶餃 · 手工特製排骨酥 · 福州丸、花枝丸 · 手工貢丸、花枝條 · 花枝漿 (手打魚漿) | <ul style="list-style-type: none"> · 昆布湯底 · 味噌湯底 · 泡菜湯底 · 麻辣湯底 · 蕃茄湯底 |
| 價格 | 80~100 元 | 100~150 元 | 60~100 元 | 60 元 |
| | 上述為每一份的單點價。而一個套餐 200 元以上 (包含湯底、菜盤、肉類) | | | |
| 通路 | 全台灣共有 170 多家加盟連鎖，而花蓮目前只有一家。 | | | |
| 推廣 | <ul style="list-style-type: none"> · 利用廣告推廣以付費方式在電視、雜誌或網路等傳播媒體產品、服務或企業的訊息。 · 以公共關係利用網路、刊物或宣傳手冊介紹公司現況與前景、詮釋願景理念。 · 使用 VIP 會員卡，給予經常消費本店的客人優惠。 · 發放折價券，一鍋折抵 50 元，每消費一鍋可換取一張折價券。 | | | |

(資料來源：本研究整理，圖片取自大台灣旅遊網)

五、花蓮鍋神涮涮鍋之行銷策略SWOT分析探討

SWOT又稱「內外環境分析」，是分析企業內部的優勢（Strength）與劣勢（Weakness），以及企業外部的機會（Opportunity）與威脅（Threat），「為制定策略之前慣用的分析架構，可用於解決問題，或作準備、修正計畫的思考架構。」（朱敏慎、莊宏啓，2010）

表 2 花蓮鍋神SWOT分析表

| 優勢Strength | 劣勢Weakness |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 店面設置在人潮多的地方，可增加顧客消費力。 ● 價格實惠又平價。 ● 服務態度良好，可拉近顧客距離。 ● 上菜速度快、可選擇種類眾多。 ● 營業時間較一般同業長。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 找不到停車位，方便性不佳。 ● 用餐空間小，人多時走路不方便。 ● 火鍋料菜色普遍，容易被模仿。 |
| 機會Opportunity | 威脅Threat |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 鄰近電影城，娛樂消費機能便利。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 火鍋家數眾多，競爭力大。 ● 同業推出許多行銷手法(消費折價卷、三人同行一人免費) ● 同業採自助式吃到飽，較符合消費主的需求。 |

（資料來源：本研究整理）

六、問卷調查及結果分析

了解消費者對花蓮鍋神用餐滿意度調查，本研究使用了問卷調查法進行相關分析，共發 200 份調查問卷，收回及有效調查問卷 183 份，將問卷調查結果作圖表分析與文字敘述如下。

（一）樣本基本資料

1、年齡

由圖 2 顯示，可得知 16~25 歲與 36 歲~45 歲之間的消費者較為多，表示主要消費族群落於 16 歲以上 25 歲以下的青壯年與中年。

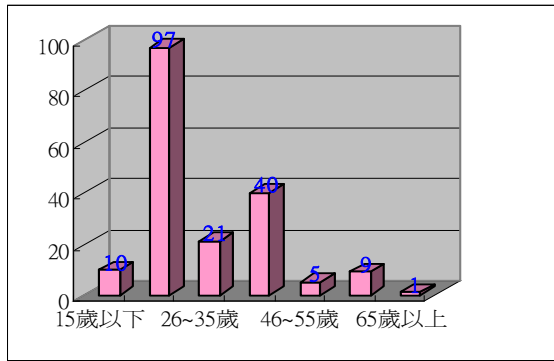


圖 2 年齡

| 年齡 | 人數 |
|---------|-----|
| 15 歲以下 | 10 |
| 16~25 歲 | 97 |
| 26~35 歲 | 21 |
| 36~45 歲 | 40 |
| 46~55 歲 | 5 |
| 56~66 歲 | 9 |
| 65 歲以上 | 1 |
| 合計 | 183 |

2、職業

由圖 3 顯示，可得知消費族群最多落在學生族群，其次是服務業，再來第三多的是工商業。

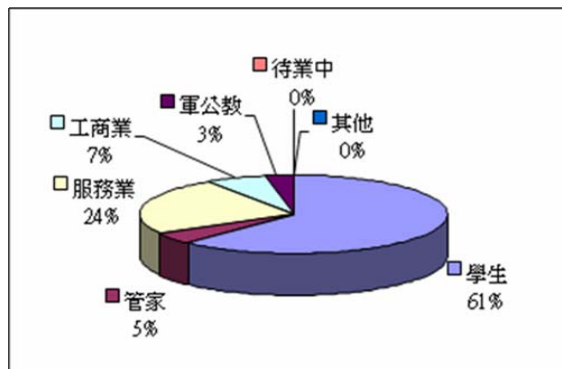


圖 3 職業

| 職業 | 人數 |
|-----|-----|
| 學生 | 104 |
| 管家 | 8 |
| 服務業 | 40 |
| 工商業 | 11 |
| 軍公教 | 5 |
| 待業中 | 0 |
| 其他 | 0 |
| 合計 | 183 |

(二) 消費行為分析

1、月消費次數

由圖 4 表示，可得知消費者一個月來餐廳消費次數最多為 1 次佔 21%，次多則是 2 次佔 21%，表示消費者前來消費的次數是在水準之上的。

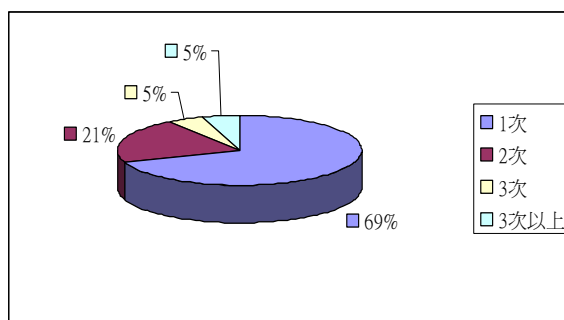


圖 4 月消費

| 月消費 | 人數 |
|-------|-----|
| 1 次 | 127 |
| 2 次 | 38 |
| 3 次 | 9 |
| 3 次以上 | 9 |
| 合計 | 183 |

2、用餐情況

由圖 5 顯示，可得知消費者通常餐廳消費的原因，大部分是朋友聚餐佔 40%，而次之則是家庭聚會佔 28%，第三多則是純粹用餐站 22%，表示消費者常以花蓮鍋神火鍋店最爲朋友聚餐的地點，有此得知，花蓮鍋神火鍋店相當受消費者們的青睞。

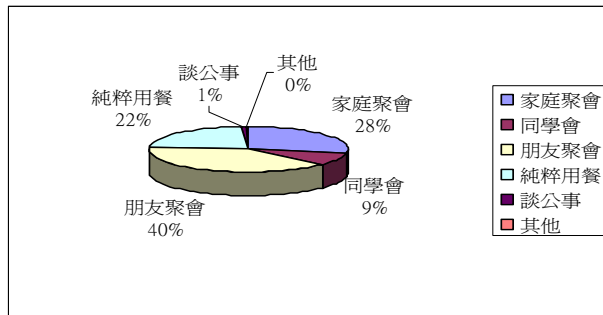


圖 5 用餐情況

| 用餐情況 | 人數 |
|------|-----|
| 家庭聚會 | 70 |
| 同學會 | 22 |
| 朋友聚會 | 99 |
| 純粹用餐 | 56 |
| 談公事 | 2 |
| 其他 | 1 |
| 合計 | 183 |

3、取得鍋神訊息之管道

由圖 6 顯示，可得知消費著最多從朋友推薦，口耳相傳之中得知花蓮鍋神火鍋店佔 66%，由此可知消費者經常結伴而行，一起討論和推薦。

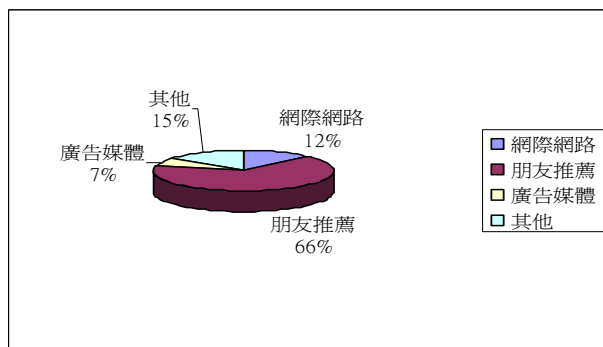


圖 6 如何得知鍋神消息

| 如何得知鍋神消息 | 人數 |
|----------|-----|
| 網際網路 | 25 |
| 朋友推薦 | 134 |
| 廣告媒體 | 14 |
| 其他 | 30 |
| 合計 | 183 |

4、來鍋神消費的原因

由圖 7 顯示，可得知消費者主要會來前來餐廳消費的原因，大部分是價格合理佔 31%，次之則是食物美味站 28%，第三多則是環境清潔佔 15%，由此可得知消費者對於用餐的價格是否合理、食物是否美味、環境的清潔是否良好，皆相當的重視。

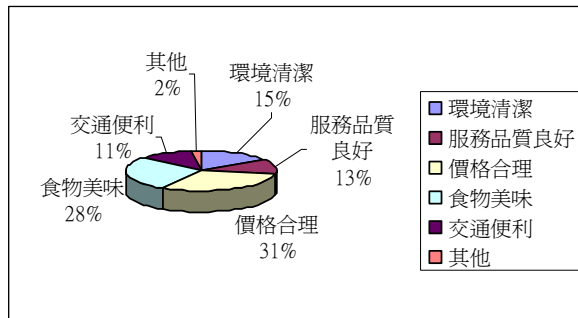


圖 7 來鍋神消費的原因

| 來鍋神消費的原因 | 人數 |
|----------|-----|
| 環境清潔 | 57 |
| 服務品質良好 | 47 |
| 價格合理 | 112 |
| 食物美味 | 105 |
| 交通便利 | 41 |
| 合計 | 183 |

5、喜愛鍋底

由圖 8 顯示，可得知消費者最喜愛的鍋底之一，最受青睞的是柴魚湯底佔 52%，由此可得知近來的消費者對於湯底的口味傾向於清淡口味。

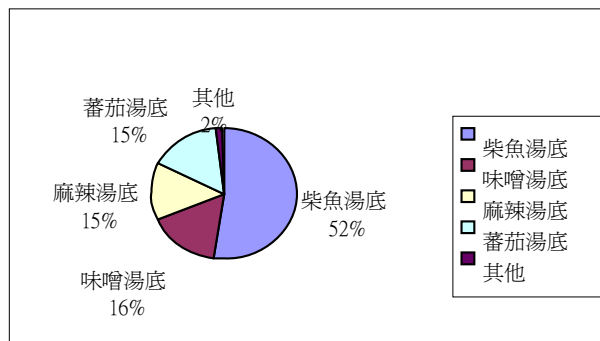


圖 8 喜愛鍋底

| 喜愛湯底 | 人數 |
|------|-----|
| 柴魚湯底 | 96 |
| 味噌湯底 | 29 |
| 麻辣湯底 | 27 |
| 蕃茄湯底 | 28 |
| 其他 | 3 |
| 合計 | 183 |

(三) 消費者滿意度分析

表 2 花蓮鍋神顧客滿意度人數詢問表

| 顧客滿意度 | 非常滿意 | 滿意 | 尚可 | 不滿意 | 非常不滿意 |
|--------|------|------------|------------|-----|-------|
| 食材新鮮度 | 14% | 64% | 22% | 0% | 0% |
| 肉品新鮮度 | 5% | 31% | 37% | 20% | 7% |
| 上菜速度 | 10% | 50% | 33% | 6% | 1% |
| 用餐環境 | 11% | 46% | 38% | 1% | 5% |
| 餐具衛生 | 12% | 54% | 30% | 4% | 1% |
| 用餐氣氛 | 13% | 39% | 37% | 11% | 0% |
| 地理位置 | 17% | 51% | 33% | 4% | 0% |
| 泊車方便性 | 19% | 61% | 20% | 1% | 0% |
| 服務人員態度 | 19% | 50% | 31% | 0% | 0% |
| 價格 | 19% | 44% | 36% | 1% | 0% |

由此花蓮鍋神顧客滿意度人數詢問表，在各個顧客滿意度調查以滿意占大多數，可得知目前顧客對於花蓮鍋神有不錯的評價，雖然評價沒有到最好，但這代表著花蓮鍋神還有很多進步和可以修改的空間；而其泊車方便性是較多人較為不滿意的地方，許多顧客反應停車不容易。

參●結論

花蓮鍋神涮涮鍋是花蓮著名的火鍋店之一，人氣與滿意度皆相當的高；本研究根據行銷策略之顧客滿意度調查，分析行銷策略的內外部的優缺點，並提出具體建議，分別敘述如下：

（一）結論

在「產品」決策方面，花蓮鍋神提供消費者多樣且新鮮的食材，料鮮味美，使得許多顧客紛紛前來品嚐，而且凡肉類產品都是現點現做現切肉，海鮮產品則由當地產地直送，所以新鮮掛保證，乾淨又衛生。

在「價格」策略方面，雖然不是百元火鍋那麼的便宜，但是價格訂在 200 元起，不但平價，而且食物豐富，實在是經濟又實惠。

在「通路」行銷方面，相對於花蓮其他家火鍋店，鍋神涮涮鍋在於火鍋料菜色普遍，容易被模仿，須再追求創新，創造出屬於鍋神獨特的鍋料菜色，雖然擁有鄰近花蓮影城，娛樂消費機能的便利，但是附近多為美食區，停車較不方便，造成許多顧客的困擾。

在「推廣」決策方面，顧客多以而口耳相傳與網際網路的方式得知花蓮鍋神，花蓮鍋神鮮豔醒目的招牌，成功吸引許多消費者的目光，而前來消費。

（二）建議

根據以上之結論，提出下列各項建議，分述如下：

- 1、建議花蓮鍋神可在用餐附近增設臨時停車場，以解決顧客找不到停車位的不方便。
- 2、建議花蓮鍋神用餐空間可在更寬敞，以解決空間上的擁擠感，可讓用餐更輕鬆更舒適。

- 3、建議花蓮鍋神能在網際網路上建立專屬網頁，讓顧客們可輕鬆的在網路上訂位，並將用餐的感受和建議以留言的方式讓店家得知，不但能讓店家有改善的空間也使得顧客與店家有良好的互動。

肆●引註資料

大台灣旅遊網。2011 年 11 月 30 日，取自 <http://038353035.tranews.com/>

朱敏慎、莊宏啓（2010）。**商業概論 I**。台北市：啓芳。

黃照明、吳碧玉、汪澤龍（2012）。**商業概論 II**。台中市：信樺。

維基百科。2011 年 11 月 13 日，取自

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%81%AB%E9%8D%8B#>

甲等

《商業類》

篇名：

政大書城花蓮店經營模式之研究

作者：

薛翔文。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

劉怡君。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：

李翠華老師

壹●前言

一、研究動機

民國 100 年 8 月 1 日首度有中大型書店進駐花蓮，它不是一般民眾所猜測的「誠品書店」，而是在台灣西部已有三家據點的「政大書城」。因為它位於本校的斜對面，在興建裝潢期間，就已引起不少的關注與談論。

由於花蓮地廣人稀，人口消費力不高，加上近年來網路書店的崛起，使得實體書店經營備受考驗。此刻，「政大書城」不但願意到花蓮投資設點，且出乎意料在短短開幕幾日內業績長紅，「**花蓮店營業狀況直逼高雄店單日業績**」(劉時均，2011)，可見，花蓮仍具有極大的購書消費潛力；顯示實體書店仍然有其發展存的空间。

從「政大書城開設花蓮店」的相關報導中，使我們想進一步了解它為何會結束營業消費力無限的台北師大店，而選擇進駐在花蓮設立實體商店？它為何會比誠品書局早先一步進駐花蓮？而政大書城花蓮店的整體經營策略為何？其採用「異業結盟」的合作方式，能否為花蓮帶動另一波的觀光效益？

二、研究目的

- (一) 瞭解「政大書城」在花蓮展店的緣由、經營理念與展望。
- (二) 探討「政大書城花蓮店」的經營模式。
- (三) 進行「政大書城花蓮店」的 SWOT 分析。
- (四) 提出綜合整理意見。

三、研究方法

- (一) 文獻分析法：利用全國博碩士論文網站、報章雜誌及電子資料庫蒐集「政大書城」的相關文獻，以瞭解其成立背景與歷史沿革。
- (二) 深度訪談法：從訪談業者中，深入瞭解「政大書城花蓮店」之優勢、劣勢、機會與威脅，並分析其經營模式與經營理念。
- (三) 實地觀察法：至現場拍攝照片並觀察店內環境。

四、研究範圍

本研究因人力、物力、時間等因素之限制，僅以花蓮市「政大書城（花蓮店）」為研究對象，無法擴及其他分店之經營策略。

五、研究步驟

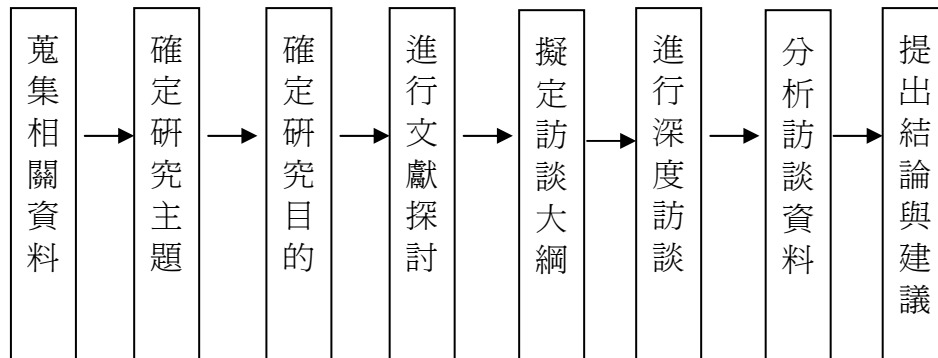


圖 1 研究步驟

(資料來源：本研究整理)

貳●正文

一、文獻探討

(一) 經營模式

「經營模式是企業根據企業的經營宗旨，為實現企業所確認的價值定位所採取某一類方式方法的總稱。」(智庫百科，2012)

(二) 內外部環境分析 (SWOT)

「內外部環境分析」(SWOT) 為管理上常用的分析工具，其內容為 S (Strengths, 優勢)、W (Weaknesses, 劣勢)、O (Opportunities, 機會)、T (Threats, 威脅)。(林淑芬，2010)

(三) 市場目標 (STP)

「STP 是行銷目標市場的三大步驟，分別是市場區隔、目標市場與市場定位」。(施聖芸，2008)

(四) 政大書城相關研究

表 1 「政大書城」相關報導一覽表

| 主題/出處 | 作者/時間 | 重點摘要 |
|---------------------------|------------|-------------------------------|
| 李銘輝－海海盡在人生 | 蘇惠昭 (2003) | 以黎銘圖書副理身分「兼差」頂下政大校園裡的圖書消費合作社。 |
| 政大書城不在政大 | 江源慎 (2005) | 解釋書城經營權風波的問題。 |
| 第二代網路書店--張天立創 TAAAZE 讀冊生活 | 林欣誼 (2010) | 與張天立先生合作網路書店。 |

政大書城花蓮店經營模式之研究

| | | |
|---------------------|---------------|--|
| 政大書城／在地人叫好誠品也想來 | 何定照、范振和（2010） | 在花蓮設立「異業結盟」式書店。 |
| 一條網路線，擊敗實體書店？ | 唐浩（2010） | 傳統書店要負擔頗高的人事費用以及倉儲空間。 |
| 寫在政大書城離去前一李銘輝小談書店經營 | 陳韋臻（2010） | 將台北的營運成本移至二線城市。 |
| 賣書沒賺 賣房才賺 | 陳若雲（2010） | 1、「訂書」服務 2、不賣參考書、不衝擊當地原有的小型書商，以降低同業的敵意。 3、主攻專業書籍，譬如文、史、哲學書，創造品牌價值。 4、在花蓮開設「唯一」一家異業結合民宿、餐飲、文化展場的複合式經營書店。 |
| 政大書店師大店明熄燈 | 郭玫君（2010） | 1、書店結合商場朝向的複合型態經營。 2、網路書店威脅實體書店。 |
| 政大書城花蓮店 賣餐飲也做民宿 | 郭玫君（2010） | 1、網路書店威脅實體書店。 2、業績下滑 忍痛結束師大店。 |
| 政大書城 為何「棄實就網」？ | 吳挺鋒（2010） | 政大書城未來將轉型投資網路書店。 |
| 花蓮政大書城 開幕業績好 | 劉時均（2011） | 1、書店藏書七萬本，是目前花蓮藏書量最多的書店。 2、政大書城採多元經營，一樓超商、三樓書局，四、五樓規劃十四間套房。 3、花蓮店營業狀況直逼高雄店單日業績 |

（資料來源：本研究整理）

二、「政大書城」簡介

民國 82 年，李明輝先生「以「黎銘圖書副理」的身分頂下政治大學校園中的「圖書消費合作社」--人稱「政大書城」」（蘇惠昭，2003）。十二年後，因與校方的租約到期，且無法順利續約，只好被迫放棄政大校園內的圖書經營，以致於「政大書城」四字招牌消失在政大的校園中，進而產生「政大書城不在政大」（江源慎，2005）。

政大書城先後成立台北師大店、南西店、台大店，高雄光華店、河堤店。但因「都會區網路發達、購書方便，也對實體書店造成壓力。」（何定照、范振和，2010），所以選擇將「師大店賣屋的餘款到花蓮置產，準備開設花蓮「唯一」一家異業結合民宿、餐飲、文化展場的複合式經營書店。」（陳若雲，2010）。

政大書城花蓮店經營模式之研究

表 2 政大書城沿革

| 商標 | 年代 | 重要記事 |
|---|--------|----------------------------------|
|  | 1993 年 | 李銘輝先生接手政治大學校園內的「圖書消費合作社」。 |
| | 1998 年 | 投資設立台北師大店。 |
| | 2002 年 | 投資設立台北南西店。 |
| | 2004 年 | 投資設立台北台本店。 |
| | 2005 年 | 放棄政大圖書消費合作社的經營權。 |
| | | 出售台北南西店 |
| | 2007 年 | 投資設立高雄光華店。 |
| | 2007 年 | 投資設立高雄河堤店。。 |
| 圖 2 政大書城商標 （資料來源：政大書城 facebook 官方網站） | 2010 年 | 自建花蓮店，斥資 1.2 億打造複合式書店（郭玫君，2010）。 |
| | | 出售台北師大店。 |

（資料來源：本研究整理）

政大書城陸續開設多間分店，在經營途中，經各種考量，先後結束台北師大店與南西店。根據最新資料顯示，高雄河堤店於 101 年 2 月 10 日因為「停車糾紛難解」（林宏聰，2012），所以選擇停業。目前「政大書城」全台家數共計 3 家，其各家分店分佈情形如表 2 所示：

表 3 2012 年「政大書城」全台家數分佈情形

| 所在地區 | 分店名稱 | 家數 |
|------|------|----|
| 台北區 | 台本店 | 1 |
| 高雄區 | 光華店 | 1 |
| 花蓮區 | 花蓮店 | 1 |
| 合 計 | | 3 |



（資料來源：政大書城 facebook 官方網站及本研究整理）

三、「政大書城花蓮店」簡介

政大書城花蓮店位於花蓮市區中山路與建中街的交叉口如圖所示，民國 100 年 8 月 1 日開幕，鄰近學校、車站與市區，是人潮聚集之處，其外觀為五層樓獨棟建築（如圖 3 所示），一樓為全家便利商店與 SUBWAY、二樓尚未出租、三樓為政大書城、四樓與五樓為政大書城自營民宿，每層面積兩百坪（如圖 4 所示）。

政大書城花蓮店經營模式之研究



圖 3 政大書城花蓮店地理位置
(資料來源：google 地圖)



圖 4 政大書城花蓮店外觀
(資料來源：本研究實地拍攝)

內部陳設分為童書區、外文區、旅遊區、食譜區……等等，讀者可以依個人所需，至各區找尋書籍。

走出了電梯，就會看見，提供讀者坐下，閱讀書籍的珍貴原木桌椅（如圖 5），而左手邊是童書區，右手邊是擺放各類的書籍（如圖 6），閱讀空間寬敞、明亮，並搭配柔美的背景音樂，提供讀者最佳的環境。



圖 5 提供讀者欣賞書籍的原木桌椅
(資料來源：本研究實地拍攝)



圖 6 書籍擺放整齊明瞭供讀者挑選
(資料來源：本研究實地拍攝)

四、「政大書城花蓮店」之訪談結果分析

本研究採深度訪談法其訪談結果編碼方式為三碼，第一碼為英文大寫及數字，此為受訪者與訪談次數代號；第二碼數字為訪談紀錄頁碼；最後一碼數字為該次訪談大綱之題號。如：A1-2-12 代表店長第一次訪談紀錄第 2 頁之第 12 題。

(一) 展店緣由

政大書城早在五、六年前就有了來花蓮開設實體商店的想法，剛好台北師大店於 2011 年結束後，有充足的資金，且「**花蓮一直缺乏大型書店，老闆李銘輝也希望推廣花蓮人閱讀的習慣**」(A1-1-1)，所以選擇到後山—花蓮經營書店。為了強化經營特色，以複合式經營的方式，「結

合全家便利超商、SUBWAY、民宿……等，提供民眾多元選擇」(A1-1-3)。此外，店內的原木桌椅都是從台北師大店搬來的擺設，許多讀者想回味台北師大店以前的氣氛而到花蓮走走，這能「為花蓮帶來另一波觀光收益」(A1-1-2)，並「與花蓮縣文化局合作，能免費索取文化局所辦的文藝門票、同時也提供文藝訊息。」(A1-2-5)。

(二) 經營理念

書籍品零售，價格合理與透明、商品種類豐富，有規劃的採購、訂貨與庫存管理，至盤點也有嚴格的細則，「希望提供消費者安全、方便、快捷的消費環境與商品。」(yes123, 2011)

(三) 經營模式

1、優質服務

重視服務品質，以親切有禮的服務態度，親自為顧客找書與訂書。

2、訂書服務

不收任何費用，且是顧客提取書籍翻閱後，如果不滿意，政大書城並不會要求顧客一定要購買，除非是廠商要求政大書城先付款的書籍才不能退回，但在這之前，政大書城會致電向顧客確認是否要訂該本書，才會向廠商訂購。

3、採用「小誠品」的經營概念

「誠品是一個標誌，不只賣文具、書籍雜誌、還有賣場、服飾、禮品……等」(A1-1-3)，而「政大書城花蓮店」塑造除了書城主體外，採異業結盟的方式提供民眾多元選擇。

4、良好環境

營業時間就一定有開冷氣，燈光也一定足夠，不會讓來的客人看書時覺得悶熱或者是光線不足書城使用的 LED 燈第一個環保省電、第二個讀者長時間的閱讀不會覺得眼睛疲勞，第三個店內播放優美的背景音樂，能使讀者在輕鬆的氛圍下閱讀。

5、優惠折扣

一般書籍的折扣是 75 折，考試用書是 85 折，這都比網路書店的折扣還多（博客來書局新書 9 折，一般書籍是 79 折），價格也相對於其他書店便宜，也因此有「折扣書店」之稱。

政大書城花蓮店經營模式之研究



圖 7 折扣金額



圖 8 折扣金額



圖 9 折扣金額

(資料來源：本研究實地拍攝)

6、異業結盟

目前與全家便利商店作異業結盟，在全家便利商店買雜誌就送 25 元的咖啡，或者是到政大書城購買書籍滿 500 元送咖啡券方式。不久，也計畫與 subway 合作。此外，消費金額滿 5000 元以上，就會免費贈送非假日住宿一晚。

(四) STP 分析

1、市場區隔(Segment)

根據訪談結果，店長表示「每間書店都有各自擁有其所屬的客群。」(A1-2-6)。一般的書店都有販賣文具，而政大書城並「沒有陳列文具這項品項」(A2-5-6)。

2、目標市場(Target Market)

政大書城花蓮店的客群，鎖定「軍公教人員、政府單位、學生、高普考的考生。」(A1-2-7)

3、市場定位(Position)

政大書城花蓮店「以符合客群的需求，提供軍公教的書以及考試用書、童書、文學、小說。」(A1-2-8)

(五) SWOT 分析

1、優勢：

由於政大書城之「一般書籍的折扣是 75 折，考試用書是 85 折」(A1-2-4)，故有「折扣書店」之稱。又因「訂書服務，不收任何費用」(A1-2-4)，並提供「LED 燈與適當的空調」(A2-2-1) 以及「寬敞舒適的閱讀環境」(A1-1-2)、「複合式的書店經營，提供民眾多元選擇」

政大書城花蓮店經營模式之研究

(A1-1-3)。而且老闆重視「優質的服務態度」(A2-1-4)，會在「假日舉辦說故事的活動」(A1-2-4)，希望以「客製化服務，滿足顧客需求」(A1-3-15)。此外，「使用禮券等同於現金消費方式，能同樣享有折扣與找零」(A1-3-13)，以及「消費金額滿 5000 元以上，就會免費贈送非假日住宿一晚」(A1-3-13)，更是一大消費誘因。

2、劣勢：

營運成本在「人事開銷中大概佔有 1/3 快到 1/2 的比重，人事加水電費快 2/3」(A2-2-1)。而店內的「新進人員工作熟悉度較漠生。」(A2-1-1)。初來花蓮，「對此地不熟悉，送書的服務時間抓不準。」(A2-1-1)。

3、機會：

與花蓮縣文化局「結合旅遊產業發展文創並免費索取文化局所辦的文藝門票也提供文藝訊息。」(A1-2-5)。

4、威脅：

在訪談的過程中，受訪者表示「目前並沒有感受。」(A1-2-5)。但一般認為，網路書店的便利性與電子書取代書本問題。

表 4 「政大書城花蓮店」的 SWOT

| 優勢 (Strengths) | 劣勢 (Weaknesses) |
|--|---|
| 1、一般書打 75 折的折扣。 2、訂書服務。 3、寬敞舒適的閱讀環境。 | 1、高額的人事費用、較大的倉儲空間。 2、閱讀後並無購買。 |
| 機會 (Opportunities) | 威脅 (Threats) |
| 1、結合旅遊產業發展文創。 2、與花蓮縣文化局有合作。 | 一般認為有下列兩點： 1、網路書店的便利性。 2、電子書取代書本。 |

(資料來源：本研究整理)

參●結論

本研究探討政大書城之經營模式。透過文獻分析、訪談，及實地觀察法，本研究歸納統整以下結論與建議：

一、結論

(一) 展店緣由、經營理念與展望

老闆李銘輝選擇到後山—花蓮開設實體商店，是因為花蓮一直缺乏大型書店，以長期經營並推廣花蓮的讀書習慣作為目標，期望能帶來花蓮帶

政大書城花蓮店經營模式之研究

來另一波的觀光收益。

（二）經營模式

政大書城的經營模式有四，分別為：「優質服務」、「訂書服務」、「採用小誠品的經營概念」、「優惠折扣」、「異業結盟」。

（三）SWOT 分析

政大書城的內部優勢為折扣著稱，內部劣勢則是營運成本較為高昂，而外部機會是藉由與花蓮縣政府合作推廣文創，再者，外部威脅為網路書店的便利性。

二、建議

（一）增加廣告行銷

政大書城剛設立於此，消費者對政大書城的資訊及折扣了解的程度並不高，因此本組建議政大書城可採廣告行銷，增加知名度。

（二）位置更新

在 Google Map 的地圖中，政大書城的位置尚未更新，使用者無法在網路上看到政大書城的地理位置。

（三）結合網路行銷

在網路上設立專屬的網站，提供書籍、活動資訊。

肆●引註資料

劉時均（2011）。花蓮政大書城 開幕業績好。聯合新聞網。2011 年 9 月 2 日，

取自 <http://udn.com/NEWS/NATIONAL/NAT5/6519606.shtml>

智庫百科。2012 年 01 月 19 日，取自

<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/STP%E7%90%86%E8%AE%BA>

林淑芬（2010）。專題製作。新北市：臺科大圖書股份有限公司。

施聖芸（2008）。專題製作。台北市：啓芳出版社有限公司。

蘇惠昭（2003）。李銘輝－海海盡在人生。自由時報新聞網。201 年 9 月 19 日，

取自 <http://www.libertytimes.com.tw/2003/new/apr/12/life/family-1.htm>

江源慎（2005）。政大書城不在政大。2011 年 9 月 8 日，取自

http://www.gocharter.com.tw/m2/detail.asp?main_id=3716

林欣誼（2010）。第二代網路書店--張天立創 TAAAZE 讀冊生活。2011 年 9 月 7 日， 取自

<http://blog.chinatimes.com/blognews/archive/2010/08/10/527239.html>

何定照、范振和（2010）。政大書城／在地人叫好 誠品也想來。聯合新聞網。2011 年 9 月 5 日， 取自

政大書城花蓮店經營模式之研究

- <http://www.udn.com/NEWS/NATIONAL/NAT5/6517147.shtml>
 唐浩（2010）。一條網路線，擊敗實體書店？。大紀元。2011 年 9 月 28 日，
 取自 <http://news.epochtimes.com.tw/10/8/16/145593.htm>
 陳韋臻（2010）。寫在政大書城離去前一李銘輝小談書店經營。2011 年 10 月 2
 日， 取自 <http://pots.tw/node/5922>
 陳若雲（2010）。賣書沒賺 賣房才賺。**Smart 智富**， 146。
 取自 <http://smart.businessweekly.com.tw/webarticle.php?id=41470&p=1>
 郭玫君（2010）。政大書店師大店明熄燈。華視新聞網。2011 年 11 月 12 日，
 取自 <http://news.cts.com.tw/udn/money/201010/201010160587020.html>
 郭玫君（2010）。政大書城花蓮店 賣餐飲也做民宿。聯合電子報。2011 年 11 月
 20 日，取自 <http://www.sns104.com/forum/thread-6952-1-1.html>
 林宏聰（2012）。停車糾紛難解 乾脆關門 政大書城河堤店熄燈 民眾不捨。中時
 電子報。2012 年 1 月 28 日，取自 <http://tw.news.yahoo.com/html>
 吳挺鋒（2010）。政大書城 為何「棄實就網」？。**天下雜誌**， 453， 72。
 Facebook。政大書城。2012 年 01 月 02 日，取自
<http://www.facebook.com/photo.php?fbid=185194891492283&set=a.159616327383473.39292.142812449063861&type=3&theater>
 yes123 求職網首頁。2011 年 9 月 29 日，取自
http://www.yes123.com.tw/admin/job_refer_comp_job.asp?p_id=20110830153025_53527828

甲等

《商業類》

篇名：

舒潔，潔然一身

作者：

羅悅玲。國立花蓮高商。資料處理科三年甲班

丁亦汶。國立花蓮高商。資料處理科三年甲班

指導老師：

張美惠老師

舒潔，潔然一身。

壹●前言

「用溫柔，迎接每天的掙扎。用微笑，擦拭欣喜的淚水。用關懷，緊握動人的瞬間。用愛，撫慰不安的心靈。」（註一）

不論男女老少，在生活中無可避免的就是衛生紙的使用，上廁所時必須要用、打完球滿身大汗必須要用、吃完飯後擦嘴時必須要用、感冒了鼻水直流必須要用，衛生紙跟我們的生活密不可分。

以下將針對本研究之目的、方法及步驟，分述如下：

一、研究目的

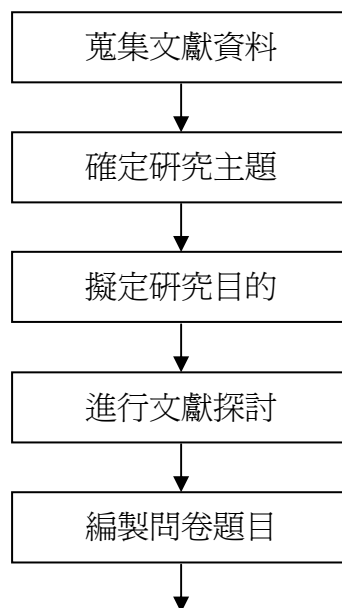
然而在諸多品牌之中，大多數人可能都會選擇—舒潔，我們要探討的正是為何此品牌的銷售量如此地好，是因為品牌知名度高？舒適度良好？價格合理？包裝美觀？有獨家的印花？亦或是其他原因呢？

二、研究方法

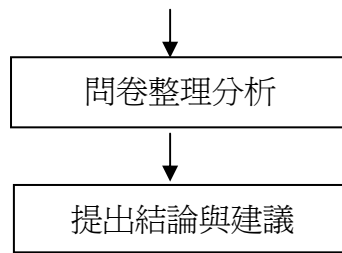
本研究主要採用的方法包括：「文獻分析法」、「問卷調查法」。依據訂定的題目，進行初級與次級資料蒐集並整理，再並依理論模型進行分析，最後提出結論與建議。

三、研究步驟

研究步驟如圖(一)



舒潔，潔然一身。



圖(一) 研究步驟


貳●正文

一、舒潔衛生紙的由來

一開始，舒潔並非一帆風順的登上衛生紙界之首，之所以有舒潔的存在，是因為台灣史谷脫紙業花了整整一年的時間進行反覆的研究及改良設計。在 1971 年創立了新廠，開發了最新的壓花技術，給人在視覺上有種別出心裁的巧思，這也算是商業上的漸進式創新，「**漸進式創新是針對既有的產品、技術或方法，進行小幅度的改善或發展出不同的應用；屬於有中求變的創新。**」(註二)，。再者，慢慢推出壓花款、粉彩款、芳香款等系列，衛生紙上保有招牌標誌－舒潔拉拉狗狗，深受消費者的喜愛。

1995 年，台灣史谷脫紙業公司與「**美國 Kimberly-Clark 公司－世界第一家衛生用紙製造商**」(註三)合作，共同經營，台灣史谷脫紙業公司擁有國際性的支援及技術。美國 Kimberly-Clark 公司是鼎鼎有名的製造商，名列為財富雜誌五百強公司之一，更被列為最值得欽佩的公司之一。

二、舒潔衛生紙的歷史演進

| 產品推出年份 | 主打包裝 | 產品種類及特色 |
|--------|---|---|
| 1971 年 | 無 | 8 月正式生產「舒潔」衛生紙、面紙及餐巾紙產品。所有產品均使用 100%原生紙漿，不摻雜廢紙及破布，絕對乾淨衛生，備受消費者喜愛，並在當時造成風潮與話題。 |
| 1972 年 |  | 推出粉紅、粉藍及粉黃三種粉彩系列平版衛生紙，增添舒適生活情趣。 |

舒潔，潔然一身。

| | | |
|--------|---|---|
| 1978 年 |  | 生產捲筒狀廚房紙巾及擦手紙，增加市場多樣性。 |
| 1989 年 | 無 | 舒潔推出捲筒衛生紙及寶寶濕巾。 |
| 1990 年 |  | 平版衛生紙首次以提袋式包裝上市，淘汰傳統不方便的長串式包裝 |
| 1997 年 | 無 | 推出進口印花廚房紙巾(VIVA)、加柔配方的衛生紙和超柔感面紙，再創家用紙品柔軟度新標準。 |
| 1999 年 |  | 推出 Hello Kitty 系列產品。 |
| 2001 年 |  | 創新推出「芳香精油面紙系列」，共推出檸檬萊姆、玫瑰檀香、天然薄荷、薰衣草乳香四種精油香味。推出以可愛舒潔拉拉狗狗為設計的衛生紙新包裝，紙質更柔軟強韌。 |
| 2001 年 |  | 推出舒潔面紙風情系列，每年都有新包裝設計，滿足消費者對居家生活美學的要求，為生活注入多一點巧思。 |
| 2004 年 |  | 持續研發創新推出「三層綿柔抽取衛生紙」。 |
| 2004 年 |  | 為了讓消費者隨時隨地輕鬆保養維持美麗，添加蘆薈和維他命 E 的「蘆薈柔膚面紙」。 |
| 2004 年 |  | 推出具有獨特的波浪導水紋，超強吸力、瞬間乾淨的「新一代舒潔家用紙巾」及全新「印花家用紙巾」。 |

舒潔，潔然一身。

| | | |
|--------|---|---|
| 2005 年 |  | 舒潔優質抽取衛生紙品質全面再提升，給熟悉舒潔的消費者更優質的體驗。 舒潔拉拉炫彩抽取衛生紙，獨創極緻壓紋，觸感抽抽都柔軟，一抽粉藍一抽粉紅的設計增添生活樂趣，衛生紙多了粉嫩新選擇。 |
| 2008 年 |  | 舒潔香氛紙手帕。 |
| 2009 年 |  | 舒潔領先台灣業界率先採用 FSC 最高環保林木驗證紙漿，成為全台第一家擁有 FSC 國際環保標章背書的家紙品牌。 |
| 2010 年 |  | 舒潔推出國內第一款具 99.9% 抗菌功能的淨 99 抗菌面紙、濕巾。 |
| 2011 年 |  | 舒潔全系列紙製品採用 FSC 最高環保林木認證紙漿，實踐與地球永續共生的綠色消費承諾。 推出台灣唯一抗菌衛生紙與濕式衛生紙產品系列。 |

資料參考：舒潔官網

從舒潔的創造歷程來看，起初只以衛生紙做為商品的主要生產線，漸漸的以多樣化發展為主體，額外再開發了廚房餐巾紙、濕紙巾、口罩、手帕、女用衛生棉，以經營的角度來看，多樣化的發展也為舒潔的經營道路上，奠定了良好的基礎。

舒潔，潔然一身。

三、舒潔衛生紙的種類

(一)優質衛生紙

- 1.抽取衛生紙
- 2.平版衛生紙
- 3.捲筒衛生紙
- 4.輕巧包

(二)拉拉舒潔衛生紙

- 1.拉拉炫彩抽取衛生紙
- 2.拉拉柔白抽取衛生紙
- 3.新柔感抽取衛生紙
- 4.細緻柔軟抽取衛生紙

(三)三層衛生紙

- 1.三層綿柔抽取衛生紙
- 2.Baby soft 三層抽取衛生紙

(四)濕式衛生紙

1. 濕式衛生紙(家庭用)

四、SWOT 分析

| 優勢(Strengths) | 劣勢(Weaknesses) |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| 擁有美國 Kimberly-Clark 公司的國際性支援、技術。 | 在同性質的衛生紙中，舒潔偏高價位，可能沒辦法各層面的消費族群都顧及到。 |
| 機會(Opportunities) | 威脅(Threats) |
| 包裝方面不斷地推陳出新，價格方面採用週年慶的方式行銷。 | 也很多製造商再跟進，或許不久後就會與舒潔並駕齊驅。 |

五、問卷實際調查

以下對調查之問卷調查說明、樣本資料及調查結果，分述之：

(一)問卷調查說明

舒潔，潔然一身。

從文獻上得知，舒潔衛生紙在市場上極富有地位，爲了更深入的了解，所以對本產品進行了以下的調查。此次調查發出 200 張問卷，回收 181 張，有效問卷 181 張，無效問卷 19 張。

(二) 樣本資料

資料分析如下表(二)：

表(二)

| 題目 | 選項 | 百分比 | 選項 | 百分比 |
|------|---------|-----|---------|-----|
| 1.性別 | 女生 | 77% | 男生 | 23% |
| 2.年齡 | 8~15 歲 | 9% | 16~25 歲 | 18% |
| | 26~35 歲 | 29% | 36~45 歲 | 22% |
| | 46~55 歲 | 18% | 其它 | 4% |
| 3.職業 | 學生 | 27% | 上班族 | 40% |
| | 家庭主婦 | 28% | 其它 | 5% |

(三)調查結果

| | |
|---------------------------|-----|
| 1. 消費者購買舒潔產品的原因？ | |
| 品牌知名度高 | 30% |
| 舒適度良好 | 19% |
| 價格合理 | 10% |
| 包裝美觀 | 8% |
| 有獨家的印花 | 22% |
| 產品攜帶方便 | 7% |
| 由此問題可見，消費者會因品牌知名度高而購買此產品。 | |

消費者購買舒潔產品的原因

| | | |
|----------|----------|----------|
| ■ 品牌知名度高 | ■ 舒適度良好 | ■ 價格合理 |
| ■ 包裝美觀 | ■ 有獨家的印花 | ■ 產品攜帶方便 |
| ■ 其他 | | |

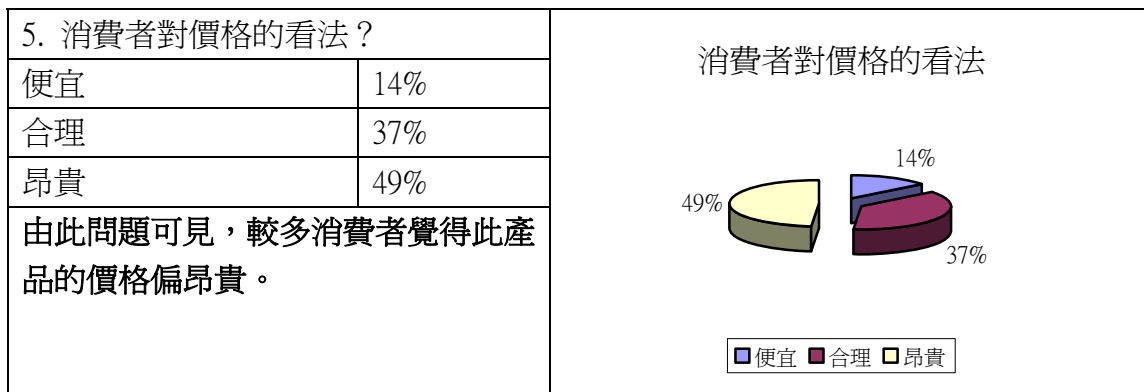
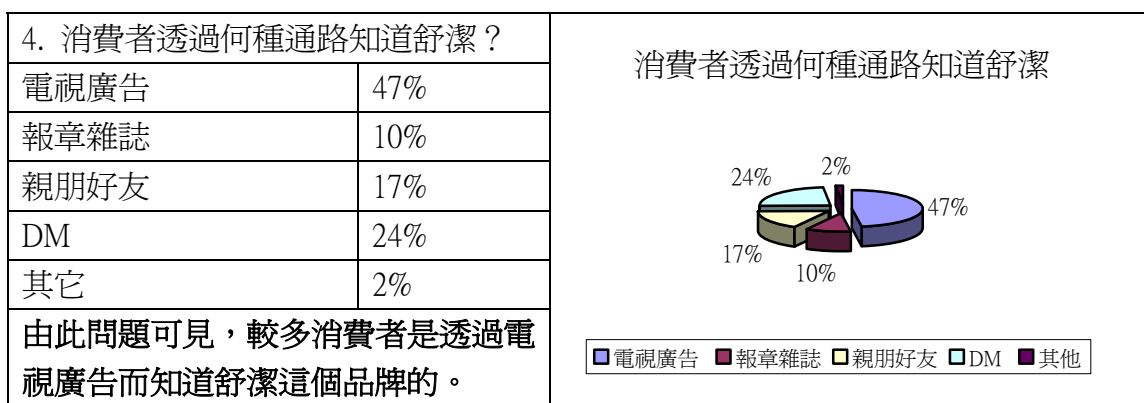
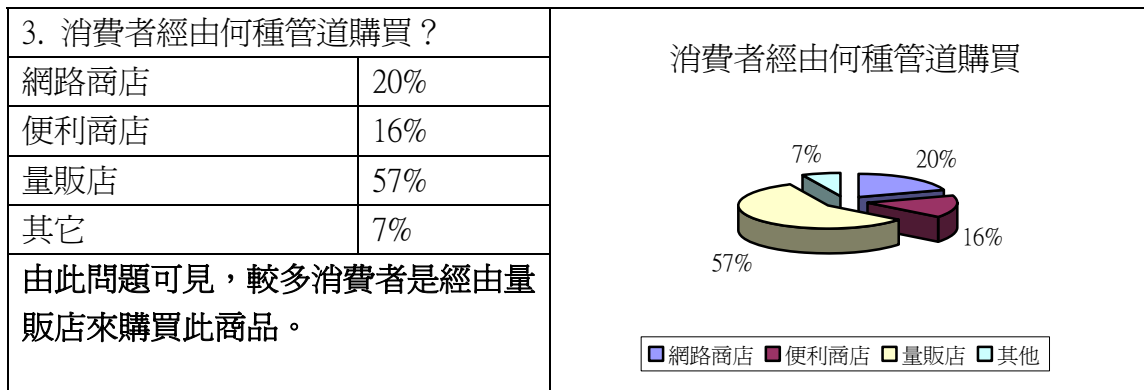
| | |
|--------------------------|-----|
| 2. 消費者較常購買舒潔產品類型？ | |
| 抽取式 | 54% |
| 平版式 | 11% |
| 捲筒(廚房用紙巾) | 14% |
| 濕紙巾 | 16% |
| 其它 | 5% |
| 由此問題可見，消費者較常選擇抽取式這類型的產品。 | |

消費者較常購買舒潔產品類型

16% 5% 14% 11% 54%

■ 抽取式 ■ 平版式
■ 捲筒(廚房用紙巾) ■ 濕紙巾
■ 其它

舒潔，潔然一身。



參●結論

舒潔之所以會成功的原因，我們統籌出來如下：

(一)品牌策略

舒潔拉拉狗狗，成為他們的吉祥物，想到舒潔就不免會聯想到那隻可愛且看似忠誠的拉布拉多。此品牌眾所皆知的原因，不外乎因為有個令人印象深刻的物，像直覺的反應一樣，舒潔……就會想到拉拉。

舒潔，潔然一身。

這麼多年來，舒潔一直以「品質、創新、關心」作為他們的經營理念，而加上「柔軟」這個優勢，打遍了所有的消費市場。

(二)價格策略

「價格策略又作「定價策略」，是市場營銷學裡面最重要的組成部分之一，主要研究商品和服務的價格制定和變更的策略，以求得營銷效果和收益的最佳。」(註四)

由於舒潔在市場上來說是個大品牌，且又有獨特的壓花，所以，價格一般來說都會比其他品牌貴些，但又因為衛生紙是生活上不可或缺的東西，因此，大部分的也會願意將舒潔為他們使用衛生紙的首選。

(三)通路策略

從最一般的量販店、便利超商，再到最近興盛的網路商店，廣泛地推出不同銷售通路，讓不同的消費者可以使用自己習慣的方式購買，喜歡一次購足的消費者，會選擇量販店；喜歡方便購買的消費者，會選擇便利商店；然而喜歡待在家的消費者，就會選擇使用網路購買衛生紙，少了直接去購買的通路結構，會是部分消費嚮往的選擇。

(四)推廣策略

舒潔採用的推廣策略有廣告行銷，透過最直接的方式，讓消費者從電視螢幕上知道舒潔的活動或是新產品；再來，舒潔在環保方面不遺餘力的去落實推廣，舉辦好幾次的植樹、救樹活動，藉此提升形象。

但如果可以再做改善，我們會誠心的建議舒潔可以做到比方像是廣告推廣方面再多增加一些，進而說明他們的環保理念，畢竟，這些是一般人比較少會去注意的，若能讓大家看到他們不僅僅只對自家產品的堅持與努力，也為了社會的公共議題做付出，是一個沒有私心、顧及全局的好公司。

這次的小論文，讓我們真正的瞭解到舒潔公司、美國 Kimberly-Clark 公司，不單只是銷售層面的瞭解，也進而體會到企業家精神的可貴，難能可貴的經驗—而這個經驗是我們起初沒想到的外部利益。

舒潔，潔然一身。

肆●引註資料

(註一)舒潔官方網站，2012 年。

<http://www.sujay.com.tw/index.aspx>

(註二)旗立經濟與商業環境總複習攻略本(二)，2011 年。

(註三)維基百科-Kimberly-Clark Corporation，2012 年 1 月 7 日。

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%87%91%E7%99%BE%E5%88%A9>

(註四)維基百科-價格訂價，2012 年 1 月 27 日。

<http://zh.wikipedia.org/zh-hk/%E5%AE%9A%E4%BB%B7%E7%AD%96%E7%95%A5>

甲等

《商業類》

篇名：

「本壽司」經營模式之初探

作者：

鄢耀婕。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

曾子耀。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

莊庭瑤。國立花蓮高商。商業經營科三年甲班

指導老師：

李翠華老師

「本壽司」經營模式之初探

壹●前言

一、研究動機

注重實務品質與氣氛的現今社會中，花蓮市區的日式料理店也一間間的開幕，每家店從裡到外都各有特色，美味餐廳師傅都各有不同的料理手法，但真正能擄獲人心的到底是什麼呢？

「本壽司」是花蓮市區新開幕的日式餐廳，以木頭打造的外型，再加上顯著有別有風情的紅燈籠，令人經過都忍不住停下來看一看！這家是網路評價很高的日式主題餐廳，想在花蓮眾多的日式料理餐廳中崛起，究竟還需要具備什麼樣的條件呢？其中讓饕客讚不絕口的原因又是什麼呢？因此，本研究欲探討「本壽司」的經營模式。

二、研究目的

- (一) 了解「本壽司」的經營模式
- (二) 探討「本壽司」餐廳 SWOT 分析
- (三) 提供相關有效建議，以提供企業參考

三、研究方法

根據以上研究目的所述，先蒐集「本壽司」相關文獻，再以「實地訪談」進行研究。

四、研究對象與限制

因人力、物力與時間有限，本研究對象為花蓮式日本料理店「本壽司」的經營模式。

五、研究流程

本研究之流程圖如下圖 1 所示：

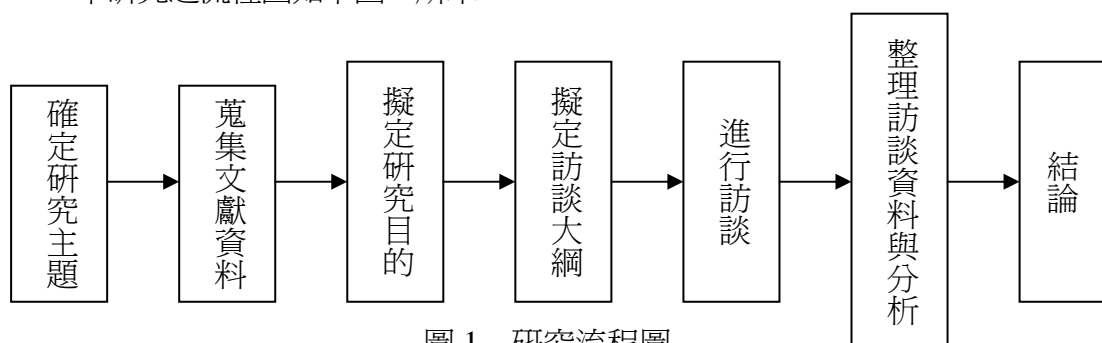


圖 1 研究流程圖

「本壽司」經營模式之初探

貳●正文

一、本壽司簡介

(一) 地理位置

一棟日式獨立老屋，在鐵道的一個角落，鐵道依舊有著懷念的感覺，老木屋則是更浮現懷古舒姿。附近交通便利，位於花蓮市區，人來人往的地方，看到著獨特的古老木屋，不經意的會停下腳步多看幾眼，位於上班族及學生的路線，方便下班或放學後即可前往用餐。復古、安靜舒適，讓人可以完全的放鬆毫無壓力，彷彿置身就在日本餐館，使得上門的顧客體驗到當地日本感覺。

表 1 本壽司基本資料表

| 地理位置 | 餐廳資訊 |
|--|---|
|  <p>圖 2 本壽司地理位置圖</p> | <p>地址： 花蓮市節約街十六之一號</p> <p>電話： (03)8321318</p> <p>營業時間： 10:30 至 14:00； 17:00 至 21:00</p> |

(資料來源：google 地圖)

(二) 店面設計

1、外觀：

全部都是木頭製造，挑高成兩層樓（如圖 3），有著日式燈籠，日式外觀。

2、室內：

一層樓，珠光明亮，一進去就可以略看見全部，室內設計還有和式房，讓人體驗在榻榻米上享用著壽司，還有可以直接就看到吧台上的新鮮食材，簡約的風格，讓人有種簡單的舒服，不經意的放下身上的疲憊，室內乾淨又整齊。



圖 3 本壽司外部

(資料來源：本研究實地拍攝)

「本壽司」經營模式之初探



圖 4 本壽司店門
(資料來源：本研究實地拍攝)



圖 5 本壽司內部
(資料來源：本研究實地拍攝)

(三) 本壽司命名由來

「本壽司」是何老闆開的第二家店，第一家店名為「三合屋」。「本」這字的意思是跨出三合屋這家店，希望能重新塑造新的日式料理風格。

(四) 特色餐點

- 1、鮭魚烤飯糰：花蓮其實很少人在製作烤飯糰，外層採用的是花蓮壽司米，裡面包的是從國外進口的挪威鮭還有一些海苔之類的，成本相當的會提高，所以定價為四十元算是相當便宜了，也吸引不少饕客為本壽司的人氣招牌。
- 2、軟殼蟹花卷：是以軟殼蟹（紅蟳）做主題，先用熱鍋油炸過，再鋪在花壽司外捲成壽司，花蓮也是很少店家做這樣的料理，鮮美海味就算油炸過也別有一番風味，不油不膩清爽可口，也是店內相當有人氣的一道菜。
- 3、豬排蓋飯：雖然幾乎每家日本料理店都有這一道菜，我不敢保證我們是最棒的，但我們一定是最特別的。底層是用洋蔥、大白菜還有一些配料下去搭配，再蓋上一層鮮嫩不油膩的豬排，最後在淋上本店特調的沙拉醬，吃起來口感特殊，別有一番風味。

「本壽司」經營模式之初探



(資料來源：花蓮迴瀾網－本壽司料理亭)

二、本壽司之經營模式

本研究採深度訪談法來探討本壽司餐廳的經營模式，其訪談記錄編碼方式為三碼；第一碼為英文字母大寫，代表訪談對象；第二碼為逐字稿頁數；第三碼為逐字稿該頁題號。例如「A-1-1」代表本壽司餐廳何老闆的訪談內容第 1 頁中第 1 題。

(一) 溫暖親切的日式氛圍

壽司外觀呈現出一種懷舊復古的日式小木屋，屋內擺設大多也以木頭家具為主，一進門就可以看見別有風情的書法作品，讓人一進門就可以感受到不一樣的氛圍。何大哥也有著日本人般的爽朗個性，彷彿身臨其境，別有一番風味。「日本飲食文化講究目、色、香、味、音五感，「吃是綜合的藝術」，日本傳承料理家奧村彪生認為，視覺尤其舉足輕重。」(朱念文，2003)，餐廳要受歡迎不但餐點特別、服務良好，當然連氣氛都要舒服，這樣才是一家好的餐廳。

(二) 認真勤學的工作態度

何大哥對於員工沒有過多的要求，只要員工**認真負責、肯學肯做就好**(A-1-4)。在本壽司的每一位員工都必須學習，就算剛開始從未接觸過也沒關係，何大哥也會有耐心的在旁邊教導，沒有責任分配，每位員工都必須學習內外場，基本從切菜、洗碗做起。基本上正職員工由兩萬元起跳，而工讀生時薪為一百元。而正職員工工作時間分兩段，「早上 10:30 至 14:00，另一時段為 17:00 至 21:00，採取輪班制」(A-1-6)。讓大家在午餐時間、晚餐時間都可以到店內享用。

(三) 正統日式的服務風格

當客人點餐完後，就會送上一壺熱呼呼的無糖麥茶，一方面可讓顧客暖和身子，一方面也可讓顧客將口內清洗乾淨，才可以使餐點的口味更加鮮

「本壽司」經營模式之初探

明。而當顧客餐點吃完後，也會上前詢問餐點是否全都到齊、是否有服務不周的地方，加以改進。

（四）菜色品質的掌控堅持

本壽司「重視服務的態度、環境的衛生、食材的品質，不新鮮的食物絕不上架」(A-1-8)。漁獲餐點新鮮、不冷凍退冰，油炸類清爽不油膩，研發新口味的特殊醬料，讓人有新奇、獨特的感覺。壽司的「菜單前後加總超過 80 種」(A-2-7)，食材大部份是花蓮本地的，而「漁貨方面大致上來自台東的成功港」(A-1-3)，新鮮的漁獲資源與創意十足的料理，是何老闆最有信心的地方。

（五）成本加乘之訂價策略

每道菜色大多依材料、原物料的成本去定價，因每道成本不定也不一，所以「採用加成訂價法，計算總成本後再以目標利潤作加成」(A-2-11)，若未來原物料有上漲，會在從其中作調整，將價格慢慢調漲才不會引起顧客大反彈。若許多餐點因價格過高許多客人不敢點餐，就會考慮以薄利多銷的方式出售。

（六）建立獨一無二的風格

特別的日式復古風，員工的服裝及禮儀，宏亮大聲的口號，整間房屋不僅整齊明亮，不會讓人有不舒服的感覺。服務態度很好，親切的關心還有老闆的招待，都是本壽司好口碑的關鍵。正所謂「人窮志不窮」，「只要有心去學習，就可以克服困難」(A-1-1)。

（七）淡旺季的調整與因應

「本壽司夏季與冬季的菜單差異不大，所以採不定時更換菜單」(A-2-10)，且由於淡季約在 10、11、12 月，本店料理方式「採套用日本的習慣」(A-3-16)，並不完全仿照，因飲食習慣的不同再去做加工調整。畢竟台灣與日本的氣候與飲食習慣都有差異，所以並不能完全照仿日本，應該要有所調整與改變，才會受台灣人歡迎。

（八）對未來的期望與規劃

本壽司大多「靠優良口碑宣傳」(A-3-18)，也表示希望未來有機會可與他業合作與結盟，不僅可以提高知名度，也可吸引新鮮客上門。將會打算在本壽司營運穩定後，會再做規劃開分店，拓展營業範圍。

「本壽司」經營模式之初探

三、本壽司 SWOT 分析

「SWOT 分析又稱內外部環境分析，S 代表企業內部優勢，W 代表企業內部劣勢，O 代表企業外部機會，T 代表企業外部威脅。」（林淑芬，2011）

表 2 本壽司 SWOT 分析表

| | | |
|--------|---|---|
| 內部環境分析 | Strength：優勢 | Weakness：劣勢 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●用餐環境佳，呈現日式風格 ●地點位於市區 ●門口設置等候區、設立專用停車場 ●追求創新，提供顧客多樣化需求 ●食材平價又新鮮 | <ul style="list-style-type: none"> ●進口原料成本高 ●店面租金價格高 ●客源單一 ●廣告不多 ●沒有吸引人的促銷方案 |
| 外部環境分析 | Opportunity：機會 | Threat：威脅 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●國內外觀光旅遊人數增多 ●增加宣傳廣告，提高知名度 ●多與他業異業結盟或合作 ●消費者重視餐點菜色多樣化 | <ul style="list-style-type: none"> ●同業競爭多，較容易被取代 ●季節淡旺季 ●物價上漲，成本愈來愈高 |

（資料來源：本研究整理）

參●結論

「本壽司」是老闆開的第二家店，何老闆對於新的事物都不懼怕且勇於挑戰，因為老闆認為只要有心學習，就可以克服困難，本壽司不同於其他日式料理店就是營造出傳統日式的家鄉風味，認真勤學的工作態度，面對任何事物都不退縮，就算是從未接觸過的事物也會認真去學習。每道菜的成本都不同，所以採成本加成訂價法，大多依各道菜色原物料成本去定價，他們重視服務的態度、環境的衛生、食材的品質，不新鮮的食物絕不上架。本壽司目前並未和其他產業做結合、聯盟，也表示未來如果有機會又會非常樂意參與。若將來本壽司的營運穩定一點後，也不排斥開分店。

本壽司餐聽的內部優勢為設置等候區及專用小型停車場，劣勢為進口原料成本過高，而外部的優勢為專屬於本壽司的獨一無二的創意料理，以及外部的威脅為同業相繼開幕營業，導致同業競爭大。

建議本壽司應增加促銷，以提高知名度，吸引更多的新鮮客。在花蓮有許多日本料理店相繼開幕，同業競爭多，生意在季節的淡旺季也有明顯的差異，若要在花蓮長期營業，就必須時時創新產品，不但要抓住老饕的心，更要抓緊新鮮客的胃！

「本壽司」經營模式之初探

肆●引註資料

Google地圖。2012 年 02 月 11 日，取自<http://maps.google.com.tw/>

iPeen愛評網首頁－本壽司（三合屋分店）。2012 年 02 月 11 日，取自<http://www.ipeen.com.tw/comment/194844-%e8%8a%b1%e8%93%ae-%e6%9c%ac%e5%a3%bd%e5%8f%b8-%e4%b8%89%e5%90%88%e5%b1%8b%e5%88%86%e5%ba%97>

花蓮迴瀾網－本壽司料理亭。2012 年 2 月 11 日，取自<http://www.poja.com.tw/food/foodExotic/2011-10-19/3171.html>

朱念文（2003）。以和食藝術養生。康健，60，43。

林淑芬（2011）。專題製作最佳秘笈（初版）。新北市：台科大。

特優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：會二乙

科 別：會計

名 次：第一名

作 者：吳傳文

參賽標題：回憶是一種甜蜜

書籍 ISBN：9789861333458

中文書名：這些人，那些事

原文書名：這些人，那些事

書籍作者：吳念真

出版單位：圓神出版社

出版年月：2010 年 11 月

版 次：初版

一●相關書訊：

作者本名是吳文欽，後來改成吳念真，作者的父親，擔負著一家的生計，由於家中經濟不佳，導致高中的作者，逼得得輟學去工作，但是慢慢的，他愛上了寫作，開始描寫人間所發生的故事，由於小時候較於困苦，以致於寫的大多是中下階層，慢慢的，受到了好評，開始不斷的寫作，而前前後後，又接觸了劇本寫作、舞台編劇、演員，就這樣成為了我們家喻戶曉的名人了，如今，他寫出的書籍，已經是相當可觀了，現在擔任「吳念真影像文化事業股份有限公司」及「大象影片製作有限公司」董事長。

二●內容摘錄：

這本書，是在說明吳念真作者的經歷，或者是他無意間聽到的故事，所以得事情都是那麼得令人感動，也在不知不覺中，成為作者人生的一部份，但是，隨著時間的流逝，故事中的主角，又有幾位還存在呢？這些故事，又剩下多少人還記得，作者希望能透過他的筆下，讓這些人，這些事，永遠的流傳下去。

三●我的觀點：

「.....這些人，這些事，這些思念.....如果我們早點相見，那麼時間會不會倒退.....」

這句話是朋友留下的最後一句，我永遠也忘不了。

當我看到這本書名時，想起了好多事，想起了好多錯過，更想起了朋友的最後一句，當時只顧著發洩自己的情緒，自顧自的轉身離去，甚至還留下狠話：「假使我們哪天相見，不必打招呼，就當作我們從不相識。」就這樣，五年的朋友，就這樣散了。

然而，在我看完這本書後，我赫然的體會自己做得有多麼超過，我就像作者一般，用了自己從前的懵懂，去傷害了愛我的人，想到這裡，我的鼻子莫名的酸了起來，想到小時候，曾有一位對自己無微不至的爺爺在陪伴著，由於當時不懂事，認為爺爺對自己的付出，都是應該的，甚至還嫌他囉嗦，慢慢的，自己一天天的長大，沒發現，歲月在爺爺臉上，已留下更深刻的痕跡，不幸的事，也這麼發生了，突如其來的一場大病，奪走了一條生命，結束了一段幸福，就這樣成了回憶，心中多少的痛楚掩埋了自己的無動於衷，當下的自己，只是不斷的顫抖著手，觸擊到爺爺的手掌時，已不再是溫暖的雙手，此時的自己，才知道，這世界，沒有什麼人、什麼事，是應該的，是絕對的。

而在這本書的眾多故事之中，我印象最深刻的則是其中的「他不重，他是我兄弟，」因為他故事中的阿哲，身體瘦弱，以至於當兵時，是隊上的行政兵，不需要太過操練，由於善於交際，所以跟許多人都是好朋友，但是，在一場施工的意外中，十二名士兵意外身亡，由於他們當兵的地方在外島，所以他必須把十二條人命送回他們的家中，在他要回去台灣時，自言自語的說了一句話：「十二個兄弟似乎比我帶回去的那些乾糧還輕；」這更讓我感到，深深得感慨；人生就是如此的反覆無常，下一秒鐘會是如何，沒有人會知道，也不會有人逃得過離開的那一天；世界上唯一不變的真理，那就是改變，雖然我們沒辦法改變過去、改變死亡，但是至少我們可以珍惜現在、經營未來。

在書中還提及了一個故事，也讓我有些感觸，裡頭敘述著一位父親為了養活一家七口，到了礦場工作，每天不分夜日的辛勤著，回到家時，五位孩子擠在一張床上，東倒西歪，惹得父親總是得搬動孩子，才找得到自己休息的地方，然而，一場意外，使得他父親受了重傷，不久後也離開了人世，當孩子回憶起嚴肅的父親時，總是想起父親抱著他挪動位置的幾秒鐘，雖然短暫，但是卻是最刻骨銘心的溫暖，這讓我想起小時候的自己，也總是假裝熟睡在沙發，讓父親將自己抱到床上，那種感覺，真的無法形容，或許是父親扮演著嚴格的角色，所以自己跟父親的接觸，也常常只有在這短短的剎那中。

這本書，讓我想起了很多的事情，感動了我許久，也讓我學習到珍惜、付出、勇敢，看完它，雖然我流淚了，但是，我的嘴角卻是揚起，因為我知道，這世界上，還有太多愛我的人還存在著，過去的，就讓它過去吧！回憶會永遠記憶，致使我更珍惜如今，或許，就某個層面來說，我成長了。

四●討論議題：

在有限的時間、有限的生命裡，什麼事值得去在乎、值得去認真？

特優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：二乙

科 別：資料處理科

名 次：第一名

作 者：黃伶頤

參賽標題：天使遺留的筆記-讀書心得

書籍 ISBN：9789866572432

中文書名：天使遺留的筆記

原文書名：天使遺留的筆記

書籍作者：凱斯/布魯克·德塞里奇

出版單位：春光出版

出版年月：2009 年 08 月 27 日

版 次：初版

一●相關書訊：

一個五歲的小女孩正值活潑歡樂的年紀，卻被告知罹患了腦癌爸爸和媽媽剛開始確實不能接受但最後還是面對了這個事實，陪他們的女兒艾蓮娜走完人生的最後旅程，艾蓮娜也很勇敢，在知道自己生病後比異常人還要理性，沒有哭啼沒有怨嘆，她靠著她的勇敢多活了一百二十一天，最後她在她所剩不多的日子裡寫了很多小紙條，這些小紙條都是要向家人表示她對他們的愛，雖然艾蓮娜的生命是這麼的短暫，但她留給大家的都是最甜美最好的回憶。

二●內容摘錄：

一：不公平，沒有任何事值得犧牲一個孩子的性命，這種是沒有意義，但話又說回來，它本來就不該有意義。〔 p.66 〕

二：機率並不是什麼壞事，只要你是在有贏面的那邊。〔 p.84 〕

三：舒適、放鬆以及掌控才是她重拾自尊的關鍵。〔 p.136 〕

四：晴朗的日子多多益善，永不嫌不夠多。〔 p.143 〕

五：別再聊遺忘我的們孩子，明天就開始談論如何記得他們以及他們的犧牲吧。〔 p.147 〕

六：在我心中，英雄一直是集力量、勇氣、正直以及完成不可能任務的能力於一身的人。〔 p.158 〕

七：太多人終其一生汲汲營營於根本不重要的事情上。〔 p.175 〕

三●我的觀點：

這是一本真實的故事，沒想到才五歲的小女孩竟然會得了腦癌想想我五歲的時候正是一個愛哭愛鬧愛玩又調皮的年紀，而艾蓮娜正在面對她人生最辛苦的時段，她要接受化療、核磁共振攝影等等的醫療檢查，她沒有哭沒有鬧也沒有怨嘆更沒有放棄，甚至到後她從一個漂亮的女孩變成一個因類固醇導致臉腫腫的坐在輪椅上，但她依舊堅持靠自己的信念撐下去，她的父母也每天陪著艾蓮娜，雖然辛苦但她們也沒有抱怨，看著自己小小年紀的女兒要面對這麼殘酷的事情他們也感到不捨、難過，但還是選擇了打起精神陪女兒度過這艱辛的日子，只要是艾蓮娜想要的他們一定會盡所能滿足她，讓她在這些日子沒有遺憾。

看完這本書我真的感到很難過很震撼，艾蓮娜的勇敢和他爸媽對她的保護，真的讓我覺得很心痛，為什麼要讓五歲的女孩面臨這種事，要是艾蓮娜，我真的不曉得我會怎麼辦？我是不是能跟她一樣有勇氣、我是不是能跟她一樣不哭不鬧、我是不是能跟她一樣在面對死亡的路程還能安慰自己的爸媽要他們不要難過，這些我從來都沒有想過，我也沒想過這麼殘酷的事情會發生在我身上，唉！真的很不捨。

五歲的小孩一個來不及長大的生命，教了我們很多事情都是這麼的寶貴，她的笑容笑到了任何人的心裡去，是這麼的甜這麼的開心就像天使一樣那麼美麗的笑。就算身體承受著巨大的痛苦，她依然沒有改變，依然笑著面對。我想這就是愛，因為愛會讓人變得更勇敢，愛會讓人有勇氣面對更多事，像有一位知名作家說：「愛裡沒有懼怕」我想就是因為這個原因才能讓艾蓮娜和她的父母更寬心的陪她走最後的這些日子。

當艾蓮娜漸漸因為化療不能說話時，她也用繪畫來表達甚至寫了很多小紙條，每一個紙條都是在述說她對她家人的愛，她將紙條藏在各個角落，就是希望在她離開的時候，這會是她給她的家人最後的禮物。小女孩的思想是這麼的成熟，她才五歲，我活了十六歲，我還比一個五歲小女孩更幼稚。艾蓮娜失去的實在太多太多了，而我擁有的這些平凡卻是她沒辦法要的一生命。看完這本書，我更該把握我自己的人生，我更該慶幸我有這麼多人愛我，該滿足我是個正常人沒有病痛我更是該正視我擁有的這些，跟艾蓮娜比起來我是應該知足了，在我們看來好像微不足道的事在艾蓮娜看來都是這麼的重要。最後沒有奇蹟，艾蓮娜終究還是結束了她短暫的生命，她沒有悲傷，她給我們的都是滿滿的愛以及喜悅，靠著意志力從醫生說的只能活一百三十五天到後她活到了兩百五十六天，我想這是她的奇蹟了吧，還記得在艾蓮娜死去的那天，她的爸爸願意放棄理想願意放棄事業，只願她的女兒活下來，這是多麼令人動容，簡

單的幾句話道出了她爸爸對她的愛，我想艾蓮娜知道她一定能沒有遺憾的去當她的快樂天使，在天上守護著她的家人。

天使遺留的筆記值得大家閱讀，讓我們知道我們要把握當下生命繼續愛著我們有的，這本書教了我太多太多的事，最大的就是教了我用愛化解一切，看完後我沒有哭，但我很感動，內心滿是震撼，看到艾蓮娜的故事，我該是感恩的，感恩我的爸媽給我生命，感恩艾蓮娜為我上了一堂寶貴的課。

四●討論議題：

如果像艾蓮娜一樣遇到了這麼重大的病，我們應該如何面對
想想在最後的日子裡想要做的事？

特優

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：一乙

科 別：會計事務科

名 次：第一名

作 者：徐瓊茹

參賽標題：乞丐小孩

書籍 ISBN：

中文書名：乞丐小孩

原文書名：乞丐小孩

書籍作者：賴東進

出版單位：安平文化有限公司

出版年月：2000/11/2

版 次：初版

一●相關書訊：

賴東進,一九九九年全國十大傑出青年。現任中美防火公司廠長兼生產部經理。他出生在乞丐家庭,父親全盲、母親(智商只有五十八)與大弟是重度智障,全家十四口人靠乞討維生。從會走路開始,他就跟著大姊開始乞討,十歲之前全家居無定所、四處流浪,天天過著三餐不繼、餐風露宿的生活,經常以墳墓為家(共睡了十年)。但他始終未向命運屈服,身為長子,他不但一肩挑起照顧家人的擔子,更努力求學(小學六年級一共拿了八十幾張獎狀)、發憤工作,終於娶妻生子,並能夠安頓一家大小的生活。人生至此,阿進總算苦盡甘來,雖嚐盡了最苦澀的滋味,卻結出最堅實美味的果子。

*阿進的主要得獎紀錄:

- (1)1974 年鄉長獎
- (2)1977、1979、1980 年台中縣校親楷模
- (3)1980 年陸軍總司令獎
- (4)1980 連烏日鄉模範青年
- (5)1999 年全國十大傑出青年

二●內容摘錄：

- 1.雖然,四十多年來我的父母沒有能力給我一絲一毫的愛照顧和關懷,但我無怨無悔,甚至,我之所以有今天的成就,還必須要感謝老天給了我這麼充實磨練的生活環境、坎坷的際遇,以及我重殘的雙親!這是對真實的困厄生活,這種生活並沒有讓我倒下,我告訴自己,我要做給上天看,不論再怎麼辛苦,再怎麼不幸,我都能走出自己的一條路,為自己開創一片天!(p.9)
- 2.凡流淚播種,必歡呼收穫(p.12)
- 3.受苦的人沒有悲觀的權利(p.14)
- 4.自己受害過,就不要讓別人再受害一次(p.30)
- 5.孝順父母要及時,更要珍惜現在擁有的一切(p.37)

三●我的觀點：

這真的是一本非常值得大家去閱讀的書,在人生的那方面,總是存在著不同的挑戰,有些人選擇放棄,有些人把它當作一種考驗,有些人用樂觀的態度去面對,讓問題能夠順利的化解,書中的主角賴東進不願向命運低頭、不理會別人的譏諷、恥笑及鄙視,他憑著一股不服輸的毅力和堅定的意志,用自己的裝手闖出了一片屬於自己的天空,也向世人證明了「乞丐囡仔」也有出頭天。

從書中,見到賴東進總是為了一頓飯而憂愁、難過,因為全家大小經常過著有一餐沒一餐的生活,他還因為乞討不到飯菜反而還招別人毆打,甚至去偷吃餵小狗的飯菜、喝水溝裡面的水,處境非常困苦!除此之外他還得照顧十二個年幼的弟弟與妹妹,要幫智障的母親處理大小便及月經,還要照顧雙眼失明的父親,還得尋找一個能讓全家遮風擋雨的住所,更不用想可以洗澡了,而他一路這樣熬了過來,生活的困頓沒有打倒他,反而造就了他,他終於邁向成功的道路。

小學的時候,雖然他需要一邊乞討、一邊讀書,但是從大小考試、模範生、美術、書法、田徑比賽,他樣樣第一,六年來他一共拿了八十幾張獎狀!彷彿這生命中的每一聲嘲弄,賴東進都要在獎狀中求得補償,而他每天大部分都佔據上課時間,晚上又要去行乞,那麼為什麼人家樣樣都可以拿第一。因為沒有什麼藉口。反而現在一些人,沒有做好自己的本份,就找一些不是理由為理由來當作藉口,逃避社會,不負責任行為。在今天這個紛亂、變態的社會中出版,自然有著極大的社會意義,我們看到許多政治人物、企業、歌手、藝人出版傳記,卻沒能像賴東進的《乞丐囡仔》一樣,深刻的刻畫出民國五六十年代的一個小人物縮影,他們不起眼(甚至賴東進在十歲以

前全家不曾報過戶口),他們的立足點比別人低,但是就憑著一股『不服輸』的意志,他在每一次被打倒後,都要自己勇敢地站起來,一次又一次,不給我一片天,我就自己去闢一片天!

我現在能體會為什麼賴東進會說：「我之所以有今天的成就，還必須感謝老天給了我這麼充滿磨練的生活環境、坎坷的際遇，以及我重殘的雙親！」因為,如果他生長在現代這種無憂無慮而不需要煩惱的環境中,或許他就不會有這麼堅強的意志力,這麼成功的人生歷程了。其實,只要我們把不如意的事情,當作是老天爺給予我們的考驗,就不會覺得有任何事情是困難的了。

天無絕人之路,賴東進做了最好的印證,每一件事情、每一項困難和任何一次挑戰,都有著不同的觀看角度,而考驗的正是你我用怎樣的態度來面對,懂得樂觀的去面對每一項困難,就比別人獲得多一次成功的機會,不需要喪氣、放棄,鼓起勇氣、拿出信心,用健全的心態去面對所有的事情,把它當作砥礪志節的過程,所有的陰霾都會過去,而留下的則是甜美的結果,不必在乎過程是如何的辛苦,最終總獲得一次美好的經驗。

*英雄不怕出身低、草地有時也會變狀元,「歹命的囡仔」一生只有認命,把吃苦當做吃補一樣,唯有默默的努力,才有成功的一片天

*從這本書我學到了很多做人道理,人與人之間的愛,人與人之間的罪惡,最重要的事不要「以貌取人」!

看完這本書,令我感到慚愧,我生活在如此富裕的家庭,竟然還不知足,也不知孝順父母,生活在如此幸福的家庭中,竟然還不知用功,也不知珍惜現況,我到底在盼望甚麼?我到底在思考甚麼?我還有甚麼可以讓我不滿足的呢?人類不知自然與生物之間的和諧關係,只為了滿足自己的私慾,人類存在真的有意義嗎?直到我看到了這本書,我又思索到許多疑問,他是如何度過如此苦境?是什麼還讓他還存在著活下去的動力?是什麼原因讓他如此上進呢?為何行乞了還要救濟別人?富裕使人更加貪婪,和平使人更加鬆散,可是人群之中還是有這種生活在夾隙中,卻努力上進、出人頭地的人,他使我覺得,身活不是為了欲望,學習不是為了功名,人參存的目的是要造福全人類,是為了要保護大自然,而不是滿足自己的私慾,更不是為了自己的幸福。

四●討論議題：

一個人如何邁向成功的道路？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：乙

科 別：會計

名 次：第二名

作 者：陳夢文

參賽標題：《實在的力量》—實在去做，獲得的也是實在的

書籍 ISBN：9789862164693

中文書名：實在的力量：鄭崇華與台達電的經營智慧

原文書名：

書籍作者：口述：鄭崇華/採訪整理：張玉文

出版單位：天下文化

出版年月：2010 年 01 月 11 日

版 次：初版

一●相關書訊：

當年無依無靠的孤單學子鄭崇華，是當年國共內戰中輾轉來台的流亡學生。台達電原來只是 15 人的小公司，38 年後，台達電全球員工 6 萬餘人，2008 年創下 1,426 億元的營收，在全球個人電腦電源相關零組件的市占率逼近 5 成，近 10 年全球合併營收年複合成長率達 18%，發展為交換式電源供應器產品世界第一的領導者，集團合併營收更躋身「千億俱樂部」之列。

能源，是支撐人類追求高品質生活的動力，但也是地球上最珍貴的資源之一。台達電創立將近 40 年頭以來，一直在追求以更高效率使用能源的方式，帶給企業和人們不中斷又環保的電源供應。身為世界最大交換式電源供應廠商，台達電不僅在專業領域得到供應商與顧客肯定，也在環保及企業社會責任上得到社會認同，這都源自在業界有「節能教父」之稱的董事長及創辦人鄭崇華先生，長期以來的先進理念和堅持精神。本書透過鄭董事長的自述，讓讀者感受第一代創業家白手起家的堅持；透過其中的精采故事，讓讀者了解台達電的企業文化底蘊和全球經營思惟。

二●內容摘錄：

雖然是幾乎完全沒有希望拿到的訂單，只要用心去發掘機會，持續地給客戶熱忱的服務，往往會有意想不到的收穫。如果太自信大意，嘴裡的鴨子可能飛走。(P.102)

那麼浩瀚悠遠的宇宙，讓我感到人類的渺小，令我嚮往，也給離家遊子孤單的心一點安慰。我優遊在大自然之間，不能想像有一天人類的無知和愚蠢會破壞這樣美好的環境，甚至可能讓我們的後代子孫無立足之地。(P.225)

只要我們不放棄自己的夢想，堅持在自己的崗位上，做對社會有價值的事，而且專注踏實地去做，社會就會愈來愈好，每個人都能享有更好的生活。(P.236)

三●我的觀點：

看企業的傳記是一件很有趣的事，不過我並不著眼這家企業的賺錢之道，而是他們的永續發展；如果說當年每家公司都是站在同一條起跑點上，為何多年後，有的公司依然平凡渺小，有的公司卻成為了享譽國際的企業？我認為這是一個值得深思的問題。

而《實在的力量》很明白的解答了我的疑惑。一九四九那年，一如放逐般的他被迫流亡至此，從龍應台的《大江大海 1949》，可以略微明白那時代的動盪不安，但對於鄭崇華先生說，那段輾轉來台的日子縱然苦，卻奠定下日後創業成功的基礎，他學習、苦讀、工作，繼而創業，現在的他回想，幸好當初離家吃苦當吃補，不然今日就是一事無成的局面了。

我對鄭董事長的求學過程印象深刻，更對他口中的中學理化老師感到佩服，書中提到賴老師的教學方式有趣，不是死背硬記而要理解應用的，而賴老師有一回在上課時教學錯誤，就立刻承認並更正錯誤及向學生道歉，我想也許是有賴老師為榜樣，鄭董事長的待人處事與企業經營之道，就與這例子相關——發現錯誤時立刻認錯更正，這才是好的態度。

鄭董事長的經營之道也是頗富哲學，以前曾在其他報章雜誌裡看過一段關於台達電工程師的故事：十年前他是負責電子印刷的員工，他們公司的貨鮮少被退，可卻被台達電退貨了，為了查明原因，他去找台達電的工程師理論，而工程師便逐一解釋給他聽，聽完後他深深認為這是一家與眾不同的企業！因為工程師說，台達不需要過度的精美、包裝，要的是簡單、實用、節省成本。後來，他問為甚麼這樣堅持？工程師也笑著回答：「公司理念。」

看完這故事，許久後我仍印象猶新。試想：是怎樣的領導者，可以讓員工實在地跟隨這樣的公司理念？即便必須白忙一場，甚至不斷次的重來、實驗，也堅持不變的態度。

而台達電是一家有趣的公司，我們可以目睹許多企業為了利益壓榨員工、汙染環境，可是我看書時卻驚奇了，一般公司有的是開不完的會議，台達電卻擁有

讀書會，只為在讓員工在工作的同時，也不該失去該有的生活素養與知識；而鄭董事長也表示，企業不該在不景氣時裁員，因為公司要像一個 **family**，給員工保障，員工才會以公司為榮。我不禁感動，想起 2008 年全球金融風暴，高科技產業等在一夕裁了多少員工、又放了多久的無薪假，而台達電穩如泰山！

鄭董事長對於品質的堅持也是有目共睹的，「**Quality is free**」理論讓人驚艷，好的品質對於商品是基本的條件，若品質不好，如何與他人去競爭？而每個顧客的經驗都是唯一的，對廠商而言可能是 1% 的失敗，但對顧客而言卻是 100%，這次他買不好，下一次就不會再上門了！台達電英文名稱是 **Delta**，為創新之意，例如台達電甚有遠見的開發綠色商品，不只降低對環境的污染，也製造外部價值（即好的影響），而這發展正是日後科技走向，最後一定會大有所獲！

「很多生活上不起眼的經驗，都可能成為一個小關鍵，這些小關鍵累積起來，就會對未來產生相當重大的影響。」蘋果 CEO 賈伯斯一語道破企業成功的秘訣，可能是對員工的愛護、對品質的堅持、對環境的保育、甚至對於下一代都有不可或缺的貢獻，由這些事一件件累積、一年年實現，腳踏實地實在的去實行，久而久之就是不容小覷的力量，這也是台達電長久以來秉持的信念吧！

而鄭董事長也談及了教育，他提到一點說，除了他所做的許多努力、去除框框思想，都是讓企業成功的原因外，更重要的是對這份工作，他有一種使命感、成就感，因為他喜歡這份工作；所以，他鼓勵莘莘學子，你不一定要賺大錢，可是找工作要挑你喜歡的，因為只有在工作時快樂也才能真正做好，維持長久的熱忱。

我是一個高職的三年級生，正面對大考的來襲，有時候我感到迷惘，我確切清楚我喜歡做甚麼，可是卻徘徊在做那個有沒有前途、能不能賺錢的思維裡，可是閱讀到那段時我有如醍醐灌頂，前面那些童年、求學、工作、創業、發展的內容都一一吸引了我，我卻只當這是一般人未成功所付出的努力，忽略的是——如果少了那份熱忱，怎麼做得起來？如今，我明白我該是選擇我喜歡的工作，因為那樣我才會快樂，我也不希望自己老了以後才遺憾，徒增感傷。

這不是一本講究經營的書，也不是一本富哲學知識的書，這只是一本自傳，只是一個人奮鬥的一生記載。可是，他的人生卻教導了我——實在的去做，獲得的便是實在的！

四●討論議題：

數十年的企業經營過程，鄭董事長一直秉持著環保的理念，有時為了實踐環保甚至連利益都放棄，而究竟是怎樣的員工教育能讓中堅主管追隨著這樣的理念持續前進？也如何讓他們在這社會與主流文化不同時，仍保持好的效率經營與管理？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：會二甲

科 別：會計事務科

名 次：第二名

作 者：曾子柔

參賽標題：安妮的日記

書籍 ISBN：9789575702861

中文書名：安妮的日記

原文書名：The Diary of a Young Girl

書籍作者：安妮·法蘭克

出版單位：東方

出版年月：2010 年 1 月

版 次：初版

一●相關書訊：

歌得有句名言：「是人間天堂？還是絕望的深淵？」絕望深淵，想必是當時猶太民族的寫照吧！在歷史記載上，希特勒統治德國時期，他說他們身上流著汙穢的血液，唯有透過革命，這世界才得以和平且清淨，猶太人的命運，從這時開始改變了。

他們的生命比牲畜還不如，每天還得躲避警察的緝捕，為了活下去，和黑市交易買賣，這樣的種種世態，看在當時年僅十三歲的安妮眼裡，又是怎麼一回事呢？當時的她抒發心情的日記裡，也記錄著當時的一切。

二●內容摘錄：

有時候我認為是上帝在考驗我，現在如此，將來也會如此。我一定要好好訓練自己，將來才會變得更堅強。我已經不是孩子了，應該有自己的見解、理想和計畫，雖然我現在看起來好像航行在海上的一艘小船，但是我知道將來應該在哪裡靠岸。
(P.78)

今天早晨我又到小閣樓，靜靜的享受這寧靜的早晨。我終於明白要避免寂寞和苦悶，最好的方法就是多接近天空和大自然，或是任何能和上帝接觸的地方。(P.190)

三●我的觀點：

在一九四二年，被希特勒掌管的德國，區域中充滿著一種可怕的氛圍，反猶太人主義的思維，不管是德國境內，之後連荷蘭也難逃劫難。他們像是流著骯髒的血統一般，不能擁有正常人的生活，此外身上還要標記六芒星的符號做為和其他人的不同，街道上蓋世太保的捕人活動一天也沒停過，希特勒的撲殺計畫，在境內除了遵守，也只能一味的服從。假如被查到有幫助和試圖窩藏猶太人的國人，從此生活便會一片黑暗，甚至是必死無疑。這些種種原因，都逼得猶太人在哪裡都處處碰壁，生活得比禽畜還不如，是個可憐又不受尊敬的民族。

現在回顧看歷史，希特勒那自以為神聖的反思主義，是多麼的殘忍和血腥，想著當時被抓到的猶太人，用載牲畜貨車整車整車的運送到，各區域的集中營，那真的是人間煉獄吧！對他們來說自由，早就是個遙不可及的夢想了，活著對他們更說是一大困難了。在那裡的猶太民族，日夜不斷的做苦工，等到體力耗竭或生病而身體虛弱，就送到密室用瓦斯毒死，這已經是用沒有人道來形容。這麼暴虐的大規模屠殺，最終到底得到了什麼？這個民族真的有到要滅絕的地步嗎？每當我讀完有關反猶太主義的相關書籍時，總不免多省思幾回類似的問題，實在很難想像當時的情形和畫面，在苦的生活還是要過下去，沒被警察抓到就該覺得幸運。

安妮一家人，算是那幸運的一群，因爸爸工作的關係，在抓捕活動熱絡前，事先到一個安定的居所，祕密小屋。它位於公司的三樓，活動式的書櫃拉門，變成隱匿的最好掩護，日後兩口人家，外加一個牙醫，共八個人住在同一個區域，每當早上通勤時間，他們便要停止一切活動，不得發出一點聲響，免得被樓下的工作人員發現，到了晚上還不能大聲談話，以免被隔壁鄰居聽見，由作者得知，自從搬進祕密小屋以後，就再也沒出過門了，一年四季的窗簾緊閉，只能透過想像，想著外面的世界，生活中除了看書和聽廣播，是在那裡唯一的興趣。還透過公司善良的同事，私下代送食物和日用品，使得小屋的人能獲得短期的供應，能讓祕密小屋不被揭發近兩年的時間，都該感謝這些貴人一路上的幫助。

在這本日記中記錄著許多安妮十三歲開始，生活週遭的瑣事，包含她對家人的描寫、自己對於很多事的主觀想法、對於這個年紀想擁有的愛情憧憬，用簡單而生活化口吻的書寫，可藉由安妮筆下的人物描述，了解書中角色的個性，如活靈活現一般，呈現於眼前，想像著他們當時的生活，困難中的些微歡悅，和家人相處的時間，享受那段沒家破人亡、飢餓受凍而流落街頭的日子，就該覺得僥倖，而知足，而感恩。

四●討論議題：

當時若你是握有權力的高層，處在當時那個強權主義下，會眼睜睜看著猶太民族滅絕嗎？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：乙班

科 別：資料處理科

名 次：第二名

作 者：余虹儒

參賽標題：微雨之城

書籍 ISBN：9789861204239

中文書名：微雨之城

原文書名：

書籍作者：藤井樹

出版單位：商周出版

出版年月：2010 年 12 月 03 日

版 次：初版

一●相關書訊：

作者於外公過世後，自己由感而發，用回憶的倒敘，敘述著社區內許多家庭的故事和自己年輕時感情經歷，雖然家家有本難念的經，但從這些家庭的真實狀況，延展許多發人省思的問題，例如兩代相處、隔代教育和心靈成長，人與人相處的方式與溝通的重要性。

人生是由許多故事組成的，而遺憾是其中一部分。有些人的遺憾寫在身上，殘缺是不能拒絕的課題；有些人的遺憾刻在心理，成了永遠無法彌補的傷，身體的殘缺，反而讓愛完全，人生最大的殘缺不是身體上的，遺憾才是。

二●內容摘錄：

人生就是一個考場，每天都有不一樣的考試，等到鐘聲想起時，交卷的時候到了，就會回到老天爺面前，跟祂領回你的成績單，只是大部分的人都是考不及格的。
(p.107)

這是一張新的考卷，而答案永遠只有你在寫，結果只有你知道。(p.117)

輪迴聽起來像一種懲罰，考試聽起來和善得多，因為考試是給你機會。(p.118)

我們健全的人沒有失去什麼，反而獲得別人的機會。(p.118)

不要不會讓自己遺憾的決定。(p.136)

時間總是會帶來改變，沒有什麼事是永恆不變的。(p.145)

愛，讓很多事情可以撐下去，讓很多無解的問題發生奇蹟。(p.207)

我們都一樣，都需要被需要。(p.232)

三●我的觀點：

一個破碎的家庭無法給下一代完整健全的成長環境，一個不完整的家庭往往也會影響孩子的身心人格發展，珍惜和人的緣分，尤其是家人，家人陪著我們一起成長，各個階段都和我們一同經歷，這份緣更是難得的，有了家人的關心，即使成了嘮叨也是一種幸福，仔細想過之後，你就會知道，什麼對自己來說是重要的，因為親情是自始至終都不會變質的。

常有因為各種因素，例如：經濟壓力販嬰、精神不濟虐嬰、隔代教育溺愛犯案、中輟生惹事生非、校園暴力，甚至家暴事件頻傳，這些都是因為家庭環境使然，一個家庭裡父母扮演著相當重要的角色，要能以最好的形象，做孩子的榜樣，還要依照孩子個性差異去用不同方式教育他，這才是為人父母的本分。

又如作者在書中提及，老人家因喪偶，個性漸漸孤僻，甚至連自己的子女都無法忍受，在子女離開後，才深深懊悔，為時已晚的自己獨自走完人生歲月，只留下心中一句道歉，未能說出給子女聽，這樣的家庭，豈不讓人感到心酸？如果老人家能因失去伴侶，而更珍惜身邊的家人，培養一些興趣，盡快走出悲傷，為人子女更要細心陪伴，不離不棄的照顧老人家，那麼悲劇就不會發生，讓一個老人帶著遺憾而去世，為人子女的豈不是太不孝？

另一個自閉症小女孩的父母，自始至終都不放棄女兒，細心照顧、任勞任怨，只希望能讓女兒更能和正常人多接近些，陪著矯正仍無明顯改善，後來發現能用音樂和女兒溝通，經過父母的耐心、愛心，才能走進女兒的世界，這樣的父母才是真正的偉大，上天讓女兒有了先天的殘疾，如果父母不能陪著她走出來，那麼女兒要如何度過這一生？上天的不公平，卻有了父母給她更完整的愛，對女兒來說，父母幫助了她在這人世間能生存下來，雖然每個人的人生開端都是沒得選擇的，可是有很多出口和結果是可以讓你選擇的，告訴你人生無限，啟發你如何活下去，因為上天關上門時，也會開啟另一扇窗的。

世界上有那麼多人，而要成為家人更是難得的緣分，但家人往往也因為太親近反而不會去珍惜，有的人把關心用打罵、嘮叨等疲勞轟炸式的錯誤方式來表達；有的人把家庭教育變成逆愛放縱或過度嚴格的方式，讓下一代不知自愛、誤入歧途，甚至是白髮人送黑髮人、遠離家庭從此了無音訊，這種椎心刺骨的遺憾，是沒有機會可以彌補的，難道真要到永遠失去了才能有所領悟？那已是為時已晚了，所以要用心去了解家庭成員的個性、情緒，適時給予關懷、照顧、稱讚和開導，不要羞於表現出自己心中的愛與親情。任何成功都無法替代一個破碎的家庭，不要吝嗇表達對家人的關心、感謝和愛，更不要因為溝通不良而造成彼此之間無法彌補的遺憾。

願每個家都有溫暖每個孩子都是幸運的，在每個萬家燈火中的人們都是幸福的。

四●討論議題：

為人父母要有責任感，除了肩負起經濟重任，應該以身作則，身教、言教都是非常重要的，營造一個溫馨的家庭氛圍，讓孩子能安穩、無憂的成長，孩子是上天賜予的小天使，父母除了養育和教育的責任外，更要有保護的義務，為人父母更要善盡職責不是嗎？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：二年甲班

科 別：資料處理科

名 次：第二名

作 者：彭馨慈

參賽標題：還不是最好

書籍 ISBN：957-9685-25-8

中文書名：超越自己的 50 個方法

原文書名：超越自己的 50 個方法

書籍作者：國司義彥

出版單位：方智出版公司

出版年月：1990 年 7 月

版 次：出版

一●相關書訊：

全書以提供主題並逐步思考的模式進行，書裡的内容主要是針對社會人士。此書不斷激勵讀者確立自己的目標，認真的去執行及如何改變自己。

內容總共分為五輯，第一輯為：確立理想、掌握目標，希望讀者下定決心革新自己。第二輯為：站穩自己的腳步，希望讀者不要只是發牢騷，不要只是歸咎於他人，應回到原點重新思考。第三輯為：以熱情實踐自我革新，讓讀者反覆思考，確認自己應前進的方向。第四輯為：繼續下功夫，請讀者一步一步慢慢來，從養成良好習慣做起。第五輯為：勿失感動、感謝之心，告訴讀者不要忘記曾接受過的幫助，應互相學習與合作。

二●內容摘錄：

「生存」就是不斷的「超越自己」，美夢要成真，除了要有智慧，旺盛的企圖心，還要有正確的方法。(摘自封面)

不如意時，就想想如意的時刻，想出自己的優點、長處，想出自己生氣蓬勃、充滿幹勁的模樣。(摘自第 20 頁)

「滿足現狀」「盡力而為」等想法乍聽起來似很謙虛，其實是非常「自私」、「自以為是」；說它是「傲慢」也不為過。(摘自第 31 頁)

過於拘泥謹慎過度，反會成為發揮自身能力的絆腳石。(摘自第 32 頁)
就從現在開始，別再抱怨己身的不幸及時運不濟。亦即今後別再有「因為……」、「如果……」之類的思考模式。畢竟生長環境的乖舛與否，與將來的幸與不幸並沒有多大的關係。(摘自第 74 頁)

三●我的觀點：

感觸我最深的一個主題就是：請別說「現在已經沒什麼好學了。」
現在課堂上書本學到的知識、往後職場上該學的知識……「現在已經沒什麼好學了。」這個議題與我的關聯還非常小，畢竟我要學習的東西還很多，但這個問題是針對四十歲、五十歲的讀者，想想若我到四十歲時也有這個問題呢？若我說出「學那幹嘛？」這種話時該怎麼辦呢？書裡說到人不能過於拘泥，學習就是為了不斷的改變、不斷的充實自己的一切，若滿足於自己的現狀，那就永遠無法達到最好的境界了吧！

畢竟現在還是學生，總是會有好累、不想讀書的想法，或是覺得自己學了好多以後根本用不到的東西，究竟為什麼要算三角函數？究竟為什麼要讀文言文？……這些想法時常出現在腦海裡。老師們常常說，我真的很羨慕你們還是高中生，總說如果可以重來最想回到的就是學生時代。但我們呢？只想趕快長大獨立，什麼也不想學、不想讀，我們都還沒體驗過、經歷過何謂現今社會的現實。看了這本書後，我越來越能體會為什麼老師要那麼說了，還有人教導、還有東西學是件非常幸福的事，等到真的沒有人教導的時候，獨立這兩個字就不再是童年夢想的那一切了。

書裡有提到個關鍵字「盡力而為」，生活周遭常常聽到這句話，我也常常說「我盡力了」。但會這麼說，其實也只是因為不知道自己的極限在哪裡而已，每個人都了解自己的極限是什麼，因為從來沒有嘗試過，我一直覺得只要我有認真的做過，有做出一個完整的型，那就是盡力了，可是事實上「盡力」這東西卻是你要做到最好。書裡說「盡力而為」可以說是一種傲慢的說法，在我眼裡則是一種藉口，一種不想再繼續努力了的藉口。

書裡還有提到「竭盡全力」。看這本書以前我對這四個字的認知就是盡全力的去努力，但這本書卻說，反過來想其實話裡隱藏的涵義是「我已盡力而為，你難道還要挑剔？」仔細一想其實很有道理，「竭盡全力」就和「盡力而為」是一樣的意思，都在表達「我已經做到最好了」，雖然聽起來已經比盡力而為還要努力了些，但其實沒有什麼不同。

仔細思考後，「自己真的很聰明、不用太努力」的這種想法立刻就消失不見了，就算自己目前的成績真的不錯可是也不能夠自滿，畢竟外頭一定有更多厲害的人，對於還沒見過世面的我來說要學習的事情還有很多，我不能夠滿足於現在，應該

改變自己，不論是眼光該放遠些或是把事情做到更好更完美……我都應該改變。時代日異變遷，環境不斷再改變。在說出我是最好的當下，馬上就會出現另一個做得更好的人。因此，應該不斷的學習、不斷的改變，不能一直拘泥於現在且從不改變，這樣永遠也沒辦法進步，永遠都存在於自己狹小的眼光裡。如書名所說的「超越」，人就是要不斷的超越自己，不然就只有被超越的份而已。

四●討論議題：

應該問問自己「是真的滿足於現況嗎?」，如果不是，該如何改變自己?該怎麼做才能做到最好?

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：英一甲

科 別：應用外語

名 次：第二名

作 者：林育柔

參賽標題：夢想的第一步

書籍 ISBN：9789861751160

中文書名：最後的演講

原文書名：The Last Lecture

書籍作者：蘭迪·鮑許、傑弗利·札斯洛

出版單位：方智出版社股份有限公司

出版年月：2008 年 7 月 初版

版 次：2008 年 10 月 18

一●相關書訊：

蘭迪·鮑許是一位與眾不同的大學教授和人生導師，被診斷出罹患致死率最高的癌症胰臟癌。蘭迪教授卻下定決心用自己最後的生命發表了一場演說，這場演說讓現場觀眾笑聲不斷，也讓不少人流下淚來。

充滿風趣、啟發性及智慧的演講也上傳至 youtube 引起許多人注意，使擁有想像力的兒童、充滿熱血未來的青年、認真打拼的中年，擁有正面積極的態度面對自己的康莊大道。蘭迪教授所傳達的想法如此震撼人心，是因為他以誠懇、幽默的態度去分享他的經驗。他不是談死亡，而是人生中必須經歷的歷程，包括克服障礙、實現兒時夢想、幫助別人實現夢想、把握每一個時刻。

美國前副總統高爾出席了卡內基美隆大學的畢業典禮，高爾稱讚蘭迪為一位「英雄」。美國總統布希也親筆致函蘭迪：「您與癌症搏鬥的精神讓我深受感動，您的非凡故事振奮了千萬美國人的心靈。您展現出的堅強品格已立下美好的典範，您的勇氣與決心是鼓舞眾人的力量。感謝您為我們國家年輕一代所做出的不可搖撼的貢獻。」

二●內容摘錄：

我如果能以我內心感受到的熱情講述自己的人生故事，這場演說也能夠幫助別人實現夢想的途徑。(p.154)

在人生的起始和結束，意外這項因素都扮演了重要的角色。(p.30)

我們改變不了上天發給我們的牌，只能決定怎麼打這手牌。(p.34)

我們花了一些時間鎮定下來之後，才從這次經驗當中提煉出這項教訓：即便是童話故事般的美妙時刻，也還是可能會有風險。(p.105)

如果我要在平實認真與新潮時髦之間做出選擇，我一定會選擇平實認真，因為新潮時髦只是短暫的，平實認真卻是長久的。(p.158)

你如果沒有得到你想要的東西，至少得到了經驗，而經驗通常是你能提供給別人最珍貴的東西。(p.178)

三●我的觀點：

最後的演講，許多人看到這標題，可能以為大概是講述如何度過難關、珍惜生命。但是，書中開頭出現一句話，吸引了我的視線，蘭迪教授也用這句話做為演講的結尾。「重點不在於你怎麼實現自己的夢想，而在於怎麼過你的人生。如果你以正確的方式過人生，夢想會自己實現。」我有許多夢想，原本以為全都是遙不可及的夢，看完書以後那種想法慢慢退去了。重點是，如何突破心中那磚牆、尋找另一條可行的路，認真的走下去，夢想其實沒有我想像的遠。即使，有些夢想我沒辦法實現，至少我認真的努力過。也得到了蘭迪教授的勇於嘗試「第一隻企鵝獎」。

「精彩的生命，在於它的寬度和深度，而不在它的長度。」這是作家曹又芳女士常說的話，也是她和蘭迪教授的最佳證明。另外曹又方女士說，得了癌症，無異是生命在轉瞬間發生一個大逆轉。但她總認為，痛苦是一天，快樂也是一天，曹又方覺得不需要讓自己活得這麼悲情。我最佩服的是他們兩人的樂觀，知道自己得了癌症的教授，萬聖節相片裡全家穿著超人裝，旁邊還寫著化療對我的超能力沒有太大的影響。還開著敞篷車，悠閒地吹著風享受音樂、享受當下，雖然在有限的時間裡，也替了家人準備了最完善的準備。我想雖然，人生中不知道有多少張日曆可以撕下，但如何過每一天，才是最重要的。

這本書真的讓我受益良多，也學習到了與人相處一些小技巧。因為平常不擅常與別人打交道，每次要拜託別人時都很苦惱，但蘭迪教授請別人做一份工作時，總會放一張小紙條、一盒薄荷餅乾，上面寫著「薄荷餅乾要做完工作才能吃喔。」：看到這部分我很驚訝，原來有這麼一個方法。既不會讓別人工作不愉快，詢問別人餅乾吃完嗎？也不會不好意思。書中蘭迪教授還有引用一句話「林肯夫人，請問您那晚看的那齣戲好看嗎？」這一句話是讓人別拘泥於小事，而忘了最重要的地方。

最後的演講，充滿了希望與感動，我從未看過一本書能讓我熱淚盈眶，卻又讓我傻笑想著未來的夢想，感覺自己非常幸福。最令我感動的地方，是照片裡蘭迪教授妻子上台與他相擁，在他耳邊說：「求求你不要死。」這是許多愛情劇會有的台詞，但真切感動言語讓許多人留下眼淚。

一位夢想家，在他最後的時間裡，把我們可能要而立時的年紀，才能體會到的，全告訴大家、他的家人們。他從未在演講中提到死亡，而是對聽眾說，如何朝夢想家前進，留下正面的模範給他的孩子。蘭迪教授啟發我許多，他從不提死，而對醫生說：「先講清楚，我的目標就是在活十年。」；他從不覺得不可能，而是勇於去找尋機會；他從不放棄，因為他覺得磚牆之所以存在，是要隔絕不怎麼想要它的人。這樣的他，留給了我們這一份禮物，希望讓我們正確的過一生，我們不妨去細細品味、去實現，讓蘭迪教授用生命換來的經驗，化為夢想的第一步。

四●討論議題：

人類第一次登陸月球，阿波羅 11 號太空船，太空人阿姆斯壯邁出他那一小步，象徵人類征服太空的一大步。阿姆斯壯：「說這是我的一小步，卻是人類的一大步。」他在月球上的一個腳印，讓人擁有夢想，期許未來也許能像他一樣。那麼，未來的我們應該在哪印上腳印？那個你嚮往充滿蜂蜜與牛奶的地方，又能為社會帶來什麼正向力量？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：商乙

科 別：商業經營

名 次：第二名

作 者：陳芊妤

參賽標題：讓人成功的棉花糖

書籍 ISBN：986-175-006-1

中文書名：先別急著吃棉花糖

原文書名：Don't eat the marshmallow...Yet！

書籍作者：Joachim de Posada/Ellen Singer

出版單位：方智

出版年月：2006 年 04 月

版 次：初版

一●相關書訊：

此書的作著波沙達，擁有知名雙語演講人、電視電台媒體人、報紙專欄作家及暢銷書作家等多重身分。

他曾為 IBM、輝瑞大藥廠、花旗銀行、全錄公司、聯合利華、美國 Verizon 通訊公司、西班牙畢鄂堡比斯開銀行、百特醫療產品公司、嘉吉股份有限公司等企業，以及 CHA、ISSA、PMA、IEA 等專業規劃課程。精通英語及西班牙語，曾在超過三十多個國家演講，被評為全球前十大激勵型講師。

在波沙達的職業生涯中，曾與許多名人及球隊共事，其中包括 NBA 的年度教練德爾、哈利司、洛杉磯湖人隊以及多個美國奧林匹克國家隊，所傳授的方法在運動界獲得極大成效。

本書是描寫阿瑟是個司機，他可以在三十分鐘內，做完紐約時報的拼字遊戲、半小時內解析拉丁美洲的經濟、他用心算比用計算機還快。喬納森的聰明才智跟阿瑟不相上下，也一樣努力工作，但喬納森卻是位億萬富翁。那麼，究竟為什麼是喬納森坐在豪華轎車的後座享受，而阿瑟在前座開車呢？

答案就在史丹佛大學一個代表性的實驗裡。這個實驗把小孩子單獨留在房間裡，給他們一人一塊棉花糖，讓他們選擇是要馬上吃掉棉花糖，還是等十五分鐘，如果願意等，就可以再多一塊棉花糖當獎賞。研究人員發現，能夠等待獎賞的小孩，長大以後，全都比那些馬上吃掉棉花糖的小孩成功。

司機阿瑟聽了老闆沛辛先生的棉花糖理論，開始改變了他的價值觀，也間接的改變了他的一生。從一個小司機變成了沛辛先生的商場同輩，全是靠延遲享樂，也就是不吃掉面前的棉花糖這個道理。

二●內容摘錄：

- 1.要預測一個人未來成不成功，能不能延遲享樂是很重要的指標。P.30~31
- 2.我只是一個普通人，能力也不比一般人好。我一點也不懷疑，任何一個男人或女人都能做到我所做的，只要他願意付出跟我一樣的努力，而且願意抱持同樣的希望與信念。P.49 by 阿朗·甘地
- 3.說服別人的力量，就是成功的利器。P.57
- 4.成功的人願意做不成功的人不願意做的事。P.58
- 5.關鍵是現在。P.71
- 6.我願意在今天做些什麼，來獲得明天的成功。P.71~72
- 7.知道你想要什麼，而且隨時把終極目標放在心上，為了大棉花糖，要不顧一切地付出行動去達成，而不是狼吞虎嚥一路上隨處可見的迷你棉花糖。P.145

三●我的觀點：

作著在書裡提到的棉花糖，並不是真的「棉花糖」，而是每個人都在找尋的東西，可能是金錢、地位、友情、愛情、家庭、車子、房子、孩子、專業，甚至是一些我們沒想到，但別人正在追求的。

作著從一個棉花糖實驗：吃與不吃，說到成不成功，大家一定覺得這兩件事八竿子打不著，怎麼能扯在一塊兒？就連我自己當初都看輕了這本書：「不過就塊棉花糖，哪來那麼多名堂？」但是重點就在於你能不能「等」、能不能「忍」並且看著它而不去吃，到下一塊棉花糖出現。就是書中一直在提醒我們的：延遲享樂的道理。

不吃棉花糖並不是一件容易事，我們的社會已經變成了速食社會，而且演變成一種文化，不論自己或任何方面都是，我們總是專注在馬上的享受和立刻的報償，很多人沒想過，其實慢慢來比較快和欲速則不達的道理，當然不是說要慢吞吞，是心靜下來，用理智去處理事情。我們必須重新排列我們的優先順序。在我們的一生中，會面臨幾百萬個選擇，而每項選擇都會決定你是誰、你將變成什麼、或是你能擁有什麼。有人原本家財萬貫，最後卻潦倒已終；但是也有人出身貧窮，最後卻能成為富翁。不要責怪或依賴你的出身背景，重要的是在於怎麼去運用自己現有的資源和不吃棉花糖的本事。

現在這個講求速成的社會，什麼東西都要求快速，慾望要即時滿足，每個人都急著尋找棉花糖，然後吃掉它！似乎沒有人有耐心尋找等待棉花糖之後更大的甜頭，

也沒有人想過，延後自身需求，在未來獲得的滿足會是即時滿足的多少倍？如果你急功/近利，將會失去更多，或是得不到你所預期的，因此我們應該學習「先別急著說好」。

我想我也不是個能等到下一個棉花糖出現才吃的人，我就是書中所說的「先吃棉花糖的人」吧！不過沒關係，書上說那不影響，「只要現在開始存起我的棉花糖，將眼光看向未來，想想自己只要忍一時、拚一點，『巨無霸棉花糖』就是我的了，這是一比多划算的生意！」過去和現在並不能全然代表我們未來的成功或失敗，然而當我們開始拾起別人不願意的事時，我們的成功便正在拉開序幕了。沒有人喜歡感到痛苦或是挫折，但是沒有經歷痛苦或是挫折，又怎麼知道自己有機會、有能力、有成長的空間呢？俗話說：「不經一番寒徹骨，焉得梅花撲鼻香？」不管你過去是不是一個吃棉花糖的人，都不會影響未來的成功。成功靠的是你今天願意付出什麼，來獲得明天的成功。

故事裡提到的甘地·阿朗（聖雄甘地的孫子）曾經欺騙他的父親，父親看穿後，卻沒有責罵阿朗，只說：「兒子啊！十七年的時間都沒辦法讓你信任我，我想我是一個很差勁的老爸。我要慢慢走回家，一路好好想想，怎麼樣才能做到最好，我也要請你原諒我這個差勁的爸爸。」一般人在那個當下一定是給予少不了的責罵，但這時，就像先吃了棉花糖一樣，罵完了也就忘了，一點用也沒有。

今天你所做的選擇會在明天帶給你不同的收穫—只要，你別那麼急著…吃棉花糖！因為成功的人知道，要得到自己想要的東西通常都要在過程裡先放棄那些甜頭。

四●討論議題：

- 1.當你面對重重的誘惑和享樂時，看著眼前的棉花糖，你將做出怎樣的選擇?吃還是不吃?
- 2.你有沒有想過為什麼 90%的人，到了 65 歲還要為生活而工作？工作了 50 年，到最後什麼都沒有？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：商三甲

科 別：商業經營

名 次： 第三名

作 者：謝芡欣

參賽標題：緊握幸福

書籍 ISBN：9867135172

中文書名：媽，親一下

原文書名：媽，親一下

書籍作者：九把刀

出版單位：春天出版

出版年月：2005 年 12 月 15 日

版 次：初版

一●相關書訊：

那些溫馨接送的日常畫面雖然不曾留下照片，但這世上沒有巧合，所有的事物都像齒輪般緊緊咬合，都有存在的重要理由，我對關於媽的記憶特別鮮明，必是為了保存那些動人的時刻。媽最細心，又或者，媽的愛總是最多。一個作家的三元素。情感，靈氣，與動力。我的生命裡，媽媽對我灌注的愛，三者兼具。

二●內容摘錄：

人在進行創造活動時會帶給自己力量，也會帶給旁人力量。至少我是這麼期許自己的作品。陪伴在媽身邊寫些這些家的回憶，除了排遣我的愁緒跟不斷壓抑的、對媽的心疼，我更希望這分彼此陪伴的回憶能帶給媽力量。(p.27)

一個人對你付出太多。你卻只能用百分之一回報時，剩下的百分之九十九將沉澱成悲傷的內疚。回報不了，就會很痛苦，兩性平等的愛，比較舒坦。會主動要求的愛，比較不偉大，但也比較讓人舒坦。(p.136)

三●我的觀點：

「滴答…滴答…滴答…」，時間無形中與我們賽跑，即使我們用百米速度奔走，跑得氣喘吁吁，跑得筋疲力竭，跑得揮汗如雨，終究無法跟上它的腳步。明年，我就要啟程，我就要離鄉背景，離開母親，離開溫暖的家，前往外地就學。

讀完這本書「媽，親一下」，才驚覺自己與作者的家庭背景類似。母親從我上幼稚園時，每天不畏辛勞擔任我的交通服務隊，要看到我的背影進了學校門口，才又匆匆忙忙回到工作崗位。頓時我想到朱自清的《背影》，那是多麼觸動心弦的一幕阿。

媽媽是在港務局上班，每天枵腹從公、宵衣旰食，目的只為了讓我們家三個小孩的肚子是飽的。一天上班完畢，忙碌沒有因此結束，回到家裡還要勤於家事，令我心疼媽媽是如此辛苦，常常都忙得腰酸背痛。

故事中作者的母親罹患血癌，他才回顧過往，頓時發現，從古自今，家裡大大小小的事總是媽媽一手包辦，而他的母親最想要做的一件事，竟是「好好的睡一覺」，令他心痛不已。常常，人總生在福中不知福，把一切擁有的視為理所當然，把一切環境視為本身存在，但，真的是如此嗎？如果不是出於母親那一雙手的栽培、營造，元素碳也很難變成鑽石，作者也很難從困苦中得到成就。

時間久了，習慣多了，熱情淡了，我們彼此都忘了身邊最重要的人，默默付出的媽媽。人總是在失去後才懂得珍惜，但有時候，「驀然回首，那人已不在燈火闌珊處。」我們都會講大道理，都會承諾要對媽媽孝順，但，坐而言不如起而行。否則等時間過了，千呼萬喚，那人也不會再出來了。

書中有一段話是這麼寫的：「人生有太多事夠資格成為藉口，要上課、要打工等等，每一個藉口都是正經八百，都是所謂的正事。一如所料，大多數的人選擇與奉獻錯過，然後不自覺在自己結吐出的內疚的繭內，永困不出。」這句話說的很有道理，每一個子女都必須破繭，這觸手可及的繭。

想著媽媽的臉龐，帶著一副眼鏡，和藹慈祥的對我笑，每次都有一股衝動將媽媽抱得很緊很緊，永不分離。綵衣娛親，好好孝順父母是我的責任。我決不容許，手中那份媽媽給的幸福，輕易的流失掉，我會好好把它握著，握的很緊很緊。

不知不覺，看著歲月痕跡，媽媽已經陪伴我十七年了。

「媽，親一下。再親一下。然後再親一下。」

四●討論議題：

人能不能不再是失去後才懂得珍惜？

現今社會新聞常常有兒女殺害父母親的事件，我們能不能深思這個問題，畢竟父母親是撫育我們一步一腳印長大的，我們應該把握當下，好好孝順他們！

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：乙

科 別：商經

名 次：第三名

作 者：邱珮瑄

參賽標題：逆境不是絆腳石，而是墊腳石

書籍 ISBN：978986216

中文書名：逆境的祝福

原文書名：

書籍作者：芭芭拉・安吉麗思

出版單位：天下遠見

出版年月：2009 年 04 月 29 日

版 次：二版

一●相關書訊：

你我都曾在人生的某個時刻，發現自己陷入了始料未及的困境——

一、我們以為永恆不變的愛情，竟然結束了。

二、仰賴的工作消失了，我們感到失落，沒有目標，不知何去何從。

三、自己或所愛的人，健康狀況一向不錯，卻突然被診斷出罹患重症，或是身體出現嚴重問題。

四、一件超乎控制範圍的事突然降臨，讓我們面臨嚴重的財務危機。

當預料之外的衝擊來到，熟悉的生活有了轉變，我們通常不知如何自處，茫然失措，覺得自己陷入了困境，生活變得一團糟。

安吉麗思以其深蘊的智慧、睿智的語言及豐富的例證，告訴我們，所謂的逆境，其實是覺醒的召喚、生命提供的轉捩點，它蘊含無比力量，能幫助我們脫胎換骨、得到重生。你毋須害怕，不必抗拒，只要順應著它改變，就能安然度過生命的轉折，走向更美好的新人生。這是一份意外的禮物、一份祝福。

二●內容摘錄：

1.事實上，這是清明覺醒的時刻，我們追求完整的自己，這種追尋反過來要求我們，建立更有自覺、更真實可信的生活。(P28)

2.真正的蛻變轉化需要極大的勇氣，才能向自己提出艱難的、一開始彷彿沒有答案的問題。勇氣讓人看清問題所在(p30)

3.直到迷失了，我們才開始找到自己(p72)

4.沒有人能叫時光倒流，展開全新的開端，但任何人都能從重新開始，創造嶄新的結局。(P241)

三●我的觀點：

我們都曾在現實生活中深刻的體驗到不安、痛苦、難過……種種負面情緒。當面對這些情緒時，請試著欣然接受，因為過程中不僅存在著無限的智慧，更帶來滿滿的祝福。逆境中，什麼是祝福？除了最重要的教訓，例如：奇蹟、希望、智慧……，這些都是從負面情緒中萃取出的正面的力量。

有時我會思考，一生到底有多長？人所擁有的時間一直都是個未知數，而之間的人生又會遇過多少逆境，逆境又是該如何是好？在閱讀這本書之前，我抱持著「不信任」的態度來看待這種「逆境理論」；我認為危機的出現，就是一場麻煩，儘管每次幾乎都能迎刃而解，但也許是人的惰性所致，如果再讓我經歷一次，我不會選擇逆境，即使——我學到了經驗！但——閱讀完本書後，我相信危機就是轉機，逆境即為未來的順境鋪路，為我此刻不成熟的心境作為成長的灌溉！

本書讓我獲益良多，一開始我曾不想要閱讀它，可能這就是書中提過的那四種否認之一的「憤怒的否認」，也或許這是我再閱讀此書所遇到的一種逆境吧！書的內容是需要思考的，並不是那種搞笑有趣的內容，每個故事都帶有他想表達的領悟，之後我才明白會想放棄閱讀，是有原因的——因為「自我」發現這是通往正確的道路，我為此感到深刻的不安，陌生的思想激發出我的排斥，字字句句非妙語如珠，而是巨石，在心中掀起了波濤駭浪！

我想起以前在面對逆境時的種種，當初晃眼而過的，如今想起更讓我看清楚我曾赤裸裸的惡習：愛逃避已是我的習慣，但面對不好的習慣，當察覺時要改進！我相信在之後的日子中，倘若遇到了狀況，必能更加進步，而不是繼續用以前的錯誤方法前進。

另外值得一提的是，書中一言：「有甚麼比內心的平安更重要？」我總保持著平凡，享受這種平凡，忽略心中那個追求完美的自我，但時間不曾停息、人會慢慢老去、心會漸趨成熟，於是在那短短閱讀的兩小時之間，我好像長大了一些，例如：改變自己的那個「自我」，並非是一種虛假偽裝，甚至而言它該是一種「適應」，以好在這個現實社會活得好、活得真實；就像是變色蜥一般，保護色是牠的適應，並不會因為改了顏色，而忘記牠天賦予的生存本能。

回首自己走過的路程，也僅僅是一十七個年頭，從小到大所面對的逆境雖寥寥可數，但我相信每個挑戰，都蘊含著上天所賦予的祝福，現在，我要謹記教訓，帶著書中所吸收的智慧，拋開後悔和逃避的習慣，適應逆境為順境、化危機為轉機，讓它們變成幫助我成長的墊腳石，而不是阻礙我成長的絆腳石！

四●討論議題：

面對困境，能如何在當下保持冷靜不慌亂？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：三年甲班

科 別：商經科

名 次： 第三名

作 者：黃微鈞

參賽標題：成功的導師-巴菲特

書籍 ISBN：9789866268342

中文書名：股神巴菲特給年輕人的忠告

原文書名：股神巴菲特給年輕人的忠告

書籍作者：李雲尚

出版單位：一言堂

出版年月：2010 年 08 月 25 日

版 次：初版

一●相關書訊：

巴菲特先生用他所經歷過的例子，來告訴我們他的人生哲理，從不同的角度，來分享成功的秘訣，其中幾點是重要的，永遠保持年輕的心態，用童心去擁抱生活，每天都用一雙眼睛去發現這個世界的不同，保持好奇心和求知欲，讓生活更加的豐富精采，在做人方面，尊重身邊的每個人，多結交朋友，從朋友的眼中可以看到不同的風景，你也會有新的發現，隨時懂得感恩，沒有別人的付出，自己就不會得到，感恩生活，幸福就會跟著來，對於困難的事，只要你努力過，不後悔就行了，也不用太介意。

二●內容摘錄：

1「做自己喜歡的事情永遠沒有錯」P.22

2「年輕人多少是有些驕傲的，在做事的時候印盡量讓自己低下身子，從低處看看外面的世界，這樣就會把內心裡的高傲壓下去」。P.23

3 不要別人說什麼就做什么，聽著就行了。做你自己覺得好的事。總之，你的生活是你自己的，為什麼要給別人機會支配我們的生活呢？最幸福的人不一定擁有最好的東西，他們只是享受人生中遇到的東西。P.85

4 投資是技術上的稟賦，慈善是情感上的稟賦，任何人都需要兩者。每個人人生下來都具有某種稟賦，但很多人所做的事情不能發揮這種稟賦，如果你覺得自己完全沒有任何稟賦，那你就不會在這個社會獲得成功。P.96

三●我的觀點：

「人的出生不能由自己決定，但是人生的路卻要自己走，想要什麼樣的人生，自己就要付出相應的努力。」這段話，讓我印象深刻，感觸也深。

在台灣，越來越多的年輕人不知道自己未來應該做什麼，只是一味的盲從別人想要的人生，但是這是你的人生，不應該被別人來掌控，不是自己所想要的，那麼成功的機率就會大幅的下降，就如同書中所說的，要做自己喜歡的事情，成功就會隨之而來，因為我喜歡，所以我一定會傾注我的全部感情去面對，最終的結果也沒那麼重要，我只需要那個喜歡的過程，如果你不喜歡，勉強自己去做，那麼你將會變的平庸不出色。

前不久，聽完世界級舞蹈家許芳宜小姐的演講，她也提到她之所以能夠站上世界的舞台，就是因為她對舞蹈十分的熱衷，她清楚的知道她要的是什麼，喜歡的是什麼，而且努力的去實現它，過程中也許有很多的酸甜苦辣，但她都覺得是快樂的，因為那就是她要的，她願意去承受它應該要付出的代價，不停的練習、努力，所以她成功了。

巴菲特為什麼會被稱為股神，也是因為他熱愛投資，從他孩提時代就已經顯現出種種的跡象，他對於投資從來沒有半分勉強，不懂的地方就盡可能的去找出答案，不斷的填充自己的知識，他說「知識是拿來使用的，而不是用來儲藏的。」，所以他也成功了。

我覺得人生就像是一場賭博，也就像是九把刀所說的「人生就是要不停的戰鬥」，用你自己的戰鬥力，去贏的你所追求的東西，也許結果是個未知數，但只要你努力堅持下去，擴充自己的能力，彌補自己的缺失，成功自然而然的就會迎面而來，就像很多人都認為，舞蹈家是沒有出路的一項職業，許芳宜小姐也從來沒有想過她能夠站上世界舞台，也不知道她走了這條路的結果是什麼，只是盡自己最大的可能去實現它，她用她的時間去跟夢想搏鬥，所以她贏了這場她要的人生，巴菲特和許芳宜小姐的思想也就不謀而合的重疊在一起了。

我一直認為我是一個很不起眼、平凡的人，在這個大千世界，我是很渺小的，我沒有傲人的成績、特殊的技能，感覺就是一無是處，我也沒想過我也可以和其他人不同，但自從聽過很多的演講，我心裡的一根弦被觸動了起來，那根弦震動的程度也越來越大，所以開始看了很多名人所寫的書，以前的我從來不會去看這種書，在那之中我發現他們都有自己一套的論世哲學，每個人的哲學也許不盡相同，但主幹都是一樣的，看的越多，感動越多，明悟也越多，我開始思考，我，也許、會不會也有一絲的可能。

李白-將進酒詩中有一句「天生我材必有用，千金散盡還復來。」我相信我也有我自己的特殊專長，在這個世界上也一定有一個位置是我的，只是我現在還找不到，人生的路還很長，我想，是不是只要我不斷的去嘗試不同的東西，堅持把所有的事做到最好，努力的學習，總有一天，我也會找到我自己的一片天，如同嚴長壽先生所說的「你可以不一樣」。

四●討論議題：

有了財富、名利、權力，這就是成功嗎？成功的定義是誰下的呢？什麼東西才是人的一生中所真正要追求的？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：二年乙班

科 別：應用外語

名 次： 第三名

作 者：林蕙珽

參賽標題：在天堂遇見的五個人

書籍 ISBN：9867600797

中文書名：在天堂遇見的五個人

原文書名：The five people you meet in heaven

書籍作者：Mitch Albom

出版單位：大塊文化

出版年月：2004 年 11 月

版 次：初版

一●相關書訊：

故事描寫遊樂園的維修工人艾迪，自退伍後被困在家鄉，從此過著日復一日的生活。他認為自己被悲慘的命運綁住而無法實現曾有的夢想。在八十三歲時，艾迪為了救一位小女孩喪命而上天堂。在天堂裡，艾迪遇見了五個人。這五個人逐一說出自己的故事，以及何時與艾迪相遇。艾迪這才明白：自己的生命裡一直參雜著別人的生命。這也是本書要傳的宗旨：每一個生命在觸碰的同時，所付出的愛不會白費。所遇到的人，皆會以某種方式再度回到你的生命。

二●內容摘錄：

在你出生以前所發生的事情，還是會影響到你。比你早來到這世上的人，也會對你造成影響。我們每天進出的場所，如果沒有前人的付出，今天就絕對不會存在。每天在工作場所投注許多時間，我們常常以為，那些地方是因為有了我們之後才出現的。其實並非如此（p。170）

三●我的觀點：

艾迪遇見的第一個人是藍膚人，由於為了閃避突然從馬路上出現的幼年艾迪，引發心臟病而死。因為一個陌生人，藍膚人就這樣被奪走了性命，他告訴深感愧疚的艾迪：『所有的人，彼此之間都有關連，你沒辦法讓一個生命單獨存在，就像你沒辦法把一陣微風從風裡面分離出來。』

在交錯的生命裡，曾經擦肩而過的人互不相識，卻可能因為這個距離而改變一個人的命運，生命碰撞後的變化，都是無法預測和知曉的。生命的誕生，或許為了與別人相遇，抑或有些人等著你為他們帶來意義；生命的凋零，也許是因為意外，或是為了另一個生命的延續。

小隊長是艾迪遇見的第二個人。在得知造成自己腿癱的人是小隊長時，艾迪很憤怒，等他痛打完小隊長消弭怒氣時，小隊長才說，會這麼做，是為了阻止艾迪進入火坑喪命。甚至，艾迪昏厥後，在前方探路的他誤觸地雷因而喪生。但是，小隊長並不在意自己犧牲了生命，他想到的是：『我救了其他四個人的性命。』還不曉得小隊長犧牲自己為別人奉獻時，我們大多數的人可能都和艾迪一樣，想的是自己因腿癱而失去應有的日子，想的是自己失去的人、事、物，可卻未曾想過，別人也許為我們做的是更大的犧牲，或者在想到自己失去之前，我們是否為別人付出過什麼？

第三個出現的人是露比。她並非因艾迪而死，但是因為她，而有了艾迪工作大半輩子的『露比遊樂園』。因為在醫院照顧自己的先生，而讓露比有機會接觸到艾迪的父親。艾迪的爸爸給艾迪的只有冷漠和忽視，對幼時需要關愛的艾迪造成非常大的傷害，因此讓他對父親產生怨恨。露比告訴艾迪一段故事，同時，也是他爸爸去世的原因。艾迪父親的朋友因為工作失意，借酒澆愁下失去理智，而企圖侵犯艾迪的母親，被艾迪的爸爸發現後落荒而逃，不料失足落海，追趕過來的艾迪父親原本想殺了他，但此時卻想起朋友在過去的義氣相挺，結果，救了朋友後染上了肺炎。

聽完這段故事的艾迪才發現，原來自己一點也不了解自己的父親，也相當不明白他怎麼能夠救想染指自己妻子的人！露比回答艾迪，他的爸爸是為了忠誠而死，人總能為政府、宗教而忠誠甚至至死不渝，但境界最高的，是人與人對彼此的忠誠。發現爸爸都能因情誼的忠誠而寬恕朋友，那還有什麼原因能不原諒自己的父親呢？在寬恕的同時，其實艾迪也放下了會傷害別人以及自己的憤怒彎刀。

艾迪最思念的人是比他早離世的妻子—瑪格麗特，也是他在天堂遇見的第四個人。瑪格麗特告訴艾迪，雖然自己先離開，但是失去的愛仍然是愛，只不過是形式不同，人生總會結束，但愛沒有終點，記憶會成為我們的伴侶。的確，無論是愛情、友情、或是親情，人生本來就是建築於無限的相聚與離別，唯有記憶能夠細水長流。所以，與其抱怨相聚的時間長短，或者為別離留下滾燙的淚水，不如在當下用心去留下回憶、去愛珍惜的人，那麼縱使離開他們，記憶和感情也會深深刻劃在腦海。

最後一個相遇的人，是因艾迪而葬身火海的小女孩。因為自己，而使一個小女孩失去寶貴的人生讓艾迪悔恨不已，他氣自己一事無成，可是女孩說，艾迪並不是毫無用處的，因為他做著維修遊樂設施這份看似不起眼、卑微的工作，而讓來到遊樂園的孩童們能夠安心、快樂的嬉戲。

艾迪在天堂遇見的五個人，教導了他『生與死』、『犧牲』、『寬恕』、『愛』、以及『活著的意義』，其實這五個艾迪要做的功課，不正是我們經常面對或是思考的

議題嗎？

世界上的人就如同一個大枷鎖，每個人都牽引著別人的命運，只是不曉得受惠於誰，又或者因誰犧牲。生命與生命碰撞的同時，自己的生命厚度會跟著變厚，看事情的角度也會跟著變廣，與別人的相遇，都在一點一滴累積自己的生命經驗。別總是想著別人能帶給我們什麼幫助，應當先思考他人需要我們什麼樣的關懷。在付出的同時，也許能為另一個生命帶來非凡的意義，也或許能夠發現，自己生命的價值。

四●討論議題：

你是怎麼看待自己的？對於這個世界是覺得冷漠還是溫暖呢？會這樣覺得有無可能是自己忽略了別人的付出？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：甲

科 別：會計事務

名 次： 第三名

作 者：林芳瑜

參賽標題：那些年，我們一起追的女孩讀後心得

書籍 ISBN：9867135571

中文書名：那些年，我們一起追的女孩

原文書名：You are the apple of my eye

書籍作者：九把刀 Giddens

出版單位：春天出版國際文化有限公司

出版年月：2011 年 8 月

版 次：初版

一●相關書訊：

多年以後，故事，終於找到了重新開始的方法。

胡鬧搞怪？叛逆熱血？對抗無聊的大人？

不，我的青春，都是妳。

這一場名為青春的潮水淹沒了我們。

浪潮退了的時後，渾身溼透的我們並肩一起坐在沙灘上，看著我們最喜愛的女孩子用力揮舞雙手，幸福地踏上紅毯走向人生的另一端。

下一次的浪打上來，會帶走女孩留在沙灘上的美好足跡。

但是我們依然還在這。

當年刻在我們心中那女孩的模樣，也依然還會在。

豪情不減，嘻笑當年。

這是九把刀最熱血的真實故事。

二●內容摘錄：

電影阿甘正傳說：「Life is like a box of chocolates. You never know what you're gonna get.」人生就像一盒巧克力，你永遠不知道自己會吃到什麼口味。(p.272)

後來，我才從一部韓國電影裡知道：法國鄉間傳說，熱鬧喧騰的眾人如果突然靜了下來，便是有天使悠悠經過……(p.284)

而我的世界，不過就是妳的心。(p.179)

有一百種方法可以把愛情搞丟，就有一百中方法可以親近愛情。(p.182)

每嘗過一次愛情，我都能獲得無與倫比的勇氣，在跌倒的時候吹拂傷口，然後重新站起。(p.139)

三●我的觀點：

每一個人都擁有一個故事，不論是長是短，是喜劇還是悲劇，是成功或是失敗，那都是屬於自己的青春，自己最特別的一段過去。

看完九把刀這一本小說，給了我很多不一樣的想法還有感受，而且這是真人真事，帶給我的勇氣及力量也很多，九把刀做得到的我一定也可以！

我第一次知道，原來喜歡一個人可以這麼熱血，他因為喜歡沈佳儀而展現出驚人的毅力，讓自己喜歡的人看見了他為了她而努力的那一面；第一次聽到，一個人可以用極端的關係和別人相處在一起，例如：情敵與老朋友。他們嘻笑胡鬧又調皮搗蛋甚至有點天馬行空，但對於自己在乎的事情一定是以很認真的態度來面對，這些畫面、回憶在他們每一個人的腦海裡深深地被刻了下來，也在他們名為青春的日記本裡，增添許多不一樣的色彩，在往後的人生中，就算有很多的不如意，只要翻開這本日記，回想當年的自己，就會鼓舞自己繼續向前，面對問題然後一一解決。

九把刀在書裡提到：女生總是比同年紀的男生還要來得成熟。真的是這樣嗎？或許他說的沒錯吧，每一次看到男生們打打鬧鬧、惡作劇的時候，總是覺得他們好幼稚、好無聊，但有時候我常常在想：「是不是像他們那樣，每一天都能有令人發笑的人事物，就一件小事或一個小動作，或許我們就可以活的更快樂，忘卻許多煩惱，至少在不開心的當下，我們還有顆赤子之心。」

而現在的我，還在用心感覺這一場青春的潮水，感受他帶給我的任何人任何事任何物，以及任何情緒，我也希望能用我的熱情將這本名為青春的日記本填滿，然後用不一樣的色彩描繪最精采的內容，用最貼切的形容詞寫下每一個章節。

在這本日記裡，我將會遇到很多不一樣的人，擁有著不同個性以及一個特別的故事，當我們相遇、相知，就會蹦出許多美麗的火花，或許是開心，也或許是悲傷，可能是成就，也可能是挫折，我們不知道，但只要跟著自己的感覺走，就會有一段屬於自己最熱血最美好的故事，而這些人，他們教會了我很多以前不懂的事情，他們的個性影響了我往後看待生活的態度，我們的回憶一點一滴的累積，進而成就了今天的我，這裡面的每一個人，就像是一條直線，各自交錯直角座標上，可能是突如其來也可能是命中注定，就這麼交集在一起，在藉由一點一滴的熟悉或者分離，線與線之間越變越密集，有些卻也會越來越平行，但在這潛移默化之中，我依舊是我，原點從來就沒改變過，經過了這麼多變化後，這一個直角座標已經變成了一幅最能代表自己的畫，而那幅畫就是我的青春，我最熱血的心情寫照。

四●討論議題：

很多人說：「得不到的總是最美」，這麼說來，當我們在欣賞我們覺得美的人事物時，我們是不是會感到遺憾？那我們應該用什麼方式轉換心情呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：乙班

科 別：會計事務科

名 次： 第三名

作 者：陳詩涵

參賽標題：活出生命的色彩

書籍 ISBN：9868005213

中文書名：我是謝坤山

原文書名：我是謝坤山

書籍作者：謝坤山

出版單位：謝坤山工作室

出版年月：2002 年 1 月

版 次：初版

一●相關書訊：

謝坤山是一位永不放棄自己的口足畫家，在十六歲時因工作而誤觸高壓電，而失去了雙手以及右小腿截肢，右眼失去視力，就因此他的人生變成了黑白。他的父母親並沒有因為他的身上殘缺而放棄他，而他也沒有放棄自己，也沒有因為自己身上的殘缺而自暴自棄。

儘管他失去雙手以及小腿還有右眼，他還是努力學習畫畫，他用口取代了他的雙手畫畫，也自己學習素描七年，也曾舉行過畫展，也曾得了獎，也多次受人邀請分享他這一路的路程是多艱辛。

二●內容摘錄：

只要我不去想我是去了什麼，只想自己還擁有什麼。那麼即使目前一無所有，也不代表我永遠不會再有，我相信，人只要不自我設限，那麼未來的路程必將無限的寬廣。〔 p.70 〕

人在孤獨中，正是自我重新內省的最好時機。人在低潮時，可以轉換成是另一種能力的培養，也是儲備能量的最佳時候。〔 p.85 〕

機會不是用等來的，機會是要靠自己去創造和掌握。〔 p.99 〕

三●我的觀點：

他從小出生在台東，在十六歲時誤觸高壓電，而失去雙手以及右小腿截肢，右眼失去視力，當他的人生正要開始時，卻因為誤觸高壓電使他的同年從彩色變成了黑白。當時他的雙親並沒有放棄他，使他有重新出發的機會。因為他身上的殘缺使他在生活上有很多的不便，他的母親在他身旁一直幫助他，因為這樣他振作起來，不想再讓他母親這麼辛苦的照顧他。他在家自習素描七年，這個用口取代手畫畫是如此的艱辛。而覺得自己的基礎不夠，而在畫家吳炫三習畫。因為他的雙親不放棄他以及他也不放棄自的情況下，他努力學畫，也多次舉辦了畫展，使更多人知道台灣又意為這樣的畫家。

我還記得當時我是小學四年級，學校邀請了謝坤山先生來學校演講，分享他是如何走過他人生中的低潮。一開始都不知道謝坤山是何許人也，也認為是一場無聊的演講，一點興趣也沒有，但是，在聽他講自己的故事時，我才深深的了解他是一位很有名的畫家。他的演講並不無聊，演講過程中有說有效的，而且他也在演講上即興畫了一朵玫瑰花，畫筆在他口中是如此神奇，一兩下就可以畫出很多東西。而且他可以把自已的故事說得好像是一件很小很小的事情，其實他在受傷過程中真的辛苦，還要忍受自己親友的批評以及傷口上的痛苦，如果是我，我不會撐到現在可能在半途中就會放棄自己，他的意志力是如此的堅定，而且沒有為了自己殘缺而自卑。

其實這個社會上有許多像謝坤山這樣的名人，例如：楊恩典、劉大潭.....等人。楊恩典是一位畫家，而劉大潭是一位創意發明家，他們身上也有殘缺，但他們卻是社會上不可或缺的人才，他們在人生的路上比一般人更艱辛，而他們可以度過這些種種的難關，使自己振作起來，我們也可以阿，而不是遇到了難關而退縮，退縮了問題還在到不如勇於面對解決問題。我覺得這個世界上並沒有十全十美的人，只有不放棄自己的人還有放棄自己的這兩種人。每個人都不是完美的人，每個人都有地方是殘缺的，只有看的和看不到而已，看的到殘缺的人比看不到殘缺的人還辛苦，他們必須面對別人對他們的嘲笑和批評，在這個這會有許多殘缺的朋友，我們不應該用一些異樣的眼光來看待他們，這樣，反而在他們的心裡上造成很大的傷害，我們必須用關懷的心去接納他們，不管他們是否有殘缺，我們都必須接納，而不是離他們遠遠的，這個社會才會溫暖，而不是冷清清的。

或許將來哪一天，我們也發生像謝坤山這位作家發生誤觸高壓電的事，而失去雙手以及右小腿截肢，右眼失去視力，你會希望你的家人、朋友或者路人事怎麼樣看待你？

四●討論議題：

每個人都不是完美的，當我們在路上或者各種公共場合遇見了有殘缺的人，我們應該要用什麼方式來對待他們？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：資一丙

科 別：資處科

名 次： 第三名

作 者：鍾育欣

參賽標題：不抱怨的世界讀書心得

書籍 ISBN：9789571349220

中文書名：不抱怨的世界

原文書名：A Complaint Free World

書籍作者：威爾・鮑溫

出版單位：時報文化出版企業股份有限公司

出版年月：2008 年 9 月 22 日

版 次：出版

一●相關書訊：

每個人的手上，都握有翻轉人生、改變世界的秘密。

美國之名牧師威爾・鮑溫，發起了這項「不抱怨」運動，邀請每個人戴上一個特製的紫色手環，只要發現自己或別人抱怨，就要將手環換到另一隻手上。以此類推，直到這個手還能持續待在同一隻手上 21 天，那時你就已經養成不抱怨的習慣了。

然而不到一年，全球就有八十個國家及六百萬人參與了這個運動。

在書中，作者除了介紹這個「不抱怨」運動外，也藉由許多生活故事與感想，給我們心靈的建議。

「帶上紫色手環，給自己一個機會堅持下去，你就能擁抱快樂！」

二●內容摘錄：

一位年輕的修道士加入一個謹守默戒律的教團，所有人都要在修道院院長的同意下才能說話發言。五年之後，院長找了這位修道士，然後對他說：「你可以講兩個字。」修道士說了：「床硬。」院長仔細考量後，回答：「我們會幫你換張床。」

在院第十年，院長又找了修道士說：「你可以再講兩個字。」修道士回答：「腳冷。」院長答道：「來看看怎麼處理。」

然而，在修道士入院十五年時，院長又說了：「請在講兩個字。」修道士說：「我走。」院長回答他：「這樣或許最好，因為你來了之後，除了發牢騷之外，

沒有做任何事。」

(P.90 頁)

三●我的觀點：

就像這位青年修道士，你可能沒有覺得自己常常抱怨，但某個事物點醒了你，才知道自己正在發牢騷。相信每個人都會這樣，當你盤腿打坐，或是維持一個姿勢持續一段時間時，要變換姿勢時往往會覺得麻痺而不舒服。然後，這種不舒服就像你開始察覺到自己抱怨時的天性，是同樣的道理。

長年在抱怨的人，可能會被周圍的人疏遠，因為他們發現自己的能量正逐漸的被抱怨人士吞噬了。你或許也認識這種人，在與他們相處時會覺得精力都被消耗掉了，作者曾說：「他們會藉由抱怨的天性，把你原有的能量都轉換成憐憫。」但反過來，有些面臨困境的人，卻能保持著樂觀的心情，不讓自己身處在抱怨的圈圈裡，又或許有些人並不一定是樂觀的，但他們至少會讓自己處於安靜的狀態下，避免成為受愛者，就不會感到被拖垮，反而會認為「其實也沒什麼不是嗎？」

但如果抱怨變成了你的上癮物，眼前周遭的事物是不是也像其他人都在抽菸、喝酒、甚至像是在吸毒？就像現今的同儕團體如果有人不合群，不願意這麼做的話，那麼團體中的成員大概會受到威脅，這或許真的是現代人的通病。明明知道自己做的選擇並不健康，尤其是在那些作風不同的人相較之下，只會顯得十分糟糕，反而會因此惱羞成怒。由此可知，當我們和自己風格不同或時常抱怨的人同圈，就會覺得很不對勁，或許是我們的磁場不相同，而磁場相異的人會彼此排斥，性質不同的能量，是無法協調交融的。

而思想就像是能量般，而你會吸引符合自己思考模式的事物。作者說：「你的言語將表明、強化、鞏固自己的想法。」所以人在抱怨的時候，事實上是在排斥自己想要的事物，抱怨只會推開或驅逐你身邊的事物以及你渴望的東西，你越抱怨的話，大概就越得不到，因為你沒有實際去行動，只是在原地踏步，茫然的沒有做出決定。

覺得別人是否常在抱怨？是因為自己也會有。不過你會知道別人在抱怨，就代表你也快知道自己也在抱怨；而你會從別人身上看到優點，或許也有可能是因為自己也有，這是你的特質，只是你還沒發現罷了。抱怨隨時潛伏著，但如果能在自己身上好好尋找、摸索，或許下次浮現的就是你的優點。

雖然抱怨是人之常情，但如果能在這個圈圈裡，察覺出自己的周遭有多少抱怨，更能幫助你明白甚至是引以為戒。世界上沒有人不可能沒抱過怨，但在你知道自己抱怨的多寡後，或許就更可以控制自身的言行，這樣反而是有利而無害。對我來說，抱怨是成長的過程，人不能永遠活在自己的框框裡，總要踏出那一布，才能真正的突破，而少一點抱怨對我們來說就是一種突破，不是嗎？

所以，最好的訓誡就是以身作則。作者說過：「我們尋求的改變從來無需『外求』——它是發生於我們內在。」因此，我們的任何行為舉動的確會影響全世界，我們不能改變別人，但我們能改變自己，「山不轉，路轉；路不轉，人轉」或許周遭的人也會被我們影響，而這種影響力又會隨之擴散開來。有時候人們該去想想，有這麼嚴重嗎？時間應該是運用在行動上，而不是抱怨不是嗎？我相信快樂不是建築在抱怨上，而是自己本身發出的喜悅，人生才會更有意義。

四●討論議題：

書中有個很有意思的矛盾議題，那就是如果自己說別人在抱怨時，自己也要換手環，此時就是兩個人都要將手環換手戴。由此可見，抱怨的確會連續影響周遭的人不是嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：乙

科 別：應用外語(英文組)

名 次： 第三名

作 者：葉璿

參賽標題：邁向成功的方法

書籍 ISBN：9789861751245

中文書名：萬一吃了棉花糖

原文書名：Don't Gobble the Marshmallow...Ever! :

The Secret to Sweet Success in Times of Change

書籍作者：喬辛・迪・波沙達卅愛倫・辛格

出版單位：方智

出版年月：2010 年 10 月

版 次：19 刷

一●相關書訊：

在暢銷書《先別急著吃棉花糖》裡，主角阿瑟花了好長的時間才從一個一事無成、超額消費、唯一長項是每天玩紐約時報填字遊戲的私人司機，成為現在的模樣——大學畢業，還找到了一份夢想中的好工作。

阿瑟曾經不斷的練習棉花糖理論，也教導那些懶散的同學，幫助他們找到自己的出路。但是自從阿瑟接受了那份收入優渥的工作之後，短短四星期內，他的棉花糖已經開始慢慢融化。在他領到第一份薪水之前，他所欠下的債務已經超過他郁其年收入的一半了。

究竟阿瑟是如何失去它的棉花糖魔力的？他又該如何把這份力量找回來？

二●內容摘錄：

- 1、熱情能夠鞭策一個人，讓他不論從事什麼工作，都能做得很棒。(P.123)
- 2、就算你的世界一直在改變，那又如何？重要的是這些改變如何影響你，而你又選擇如何去面對。(P.144)
- 3、讓你的週遭盡是願意支持你的人，他們會是與你同甘共苦的好伙伴。(P.145)
- 4、面對你的恐懼。要控制它們，否則它們會反過來控制你。(P.146)
- 5、在你的憂慮毀滅你之前，先消滅它們吧！(P.151)
- 6、吸引力和行動力正如夢想與目標一樣，你需要有想像力才能看見你的目標，但是你也必須按部就班的行動，才能達成它們。(P.152)

三●我的觀點：

「在你的憂慮毀滅你之前，先消滅它們吧！」這句話給我的感觸很深，當我們在面對自己從未嘗試過的事物時，內心會不斷湧出恐懼及憂慮，讓我們遲遲無法踏出那一步。很多時候自己的憂慮會讓你與成功永遠沒交集，所以我們必須先戰勝自己的憂慮，才能夠向成功揮手。

書中提到了一個問題：「你在森林裡，面對兩個敵人，但是你只能選擇消滅其中一個：大灰熊、擔心自己會死掉的恐懼。你會消滅哪一個？」阿瑟是認為殺死大灰熊也是一種選擇生存的方法，不過那只是一時的方法而已，假如你只有一次機會殺死大灰熊，卻發現後面大灰熊接二連三的出現，那你會慌了手腳、不知所措罷了！但我個人有更深一層的詮釋，這個問題的兩個選項其實是關係密切的，而它的答案事實上是複選，而不是只能消滅其中一個。當你決定殺死大灰熊時，你心中其實就已經戰勝了擔心自己會死掉的恐懼了，否則你怎麼會有勇氣去跟大灰熊抗戰，甚至殺死牠，跟牠抗戰的過程你很可能就因此而死亡，可是你卻不怕，一心只想著打敗大灰熊，等你戰勝了，那麼當第二隻大灰熊出現時你心中也不會有擔心自己死掉的恐懼，因為當你在對抗第一隻大灰熊的時候，你已經消滅了自己心中的那份恐懼了。在現實生活中，我們面對了自己的恐懼及憂慮，那就是邁向成功的一大步。以下是我切身的經歷：記得國二的暑假，接觸爵士鋼琴有很長一段時間的我，老師想讓我試著彈奏電子琴，加入樂團一起表演，這樣可以讓我有新的經驗，學習會更加進步。老師的這個提議是我最初的夢想，剛開始接觸樂器時，我也想著要組一個團，能夠在台上盡情的表演。可是當老師問我的意願時，我卻猶豫了，心中充滿了恐懼和憂慮，害怕自己無法成功，可能會拖累團員，甚至我開始計畫著如何去逃避這場表演。內心的掙扎加上師長的鼓勵，最後我還是答應了老師的邀約，自己思考著或許沒那麼可怕，只要我有心要達成，我就一定可以做得好！幾次練習之後，我很快的適應了跟著大家一起演奏的方式，隨著演奏技巧的漸入佳境，讓我對自己更有信心，能夠讓這場表演有個完美的結果。到了演出的那天，我很有自信的跟著團員一起上台，在台上享受表演的樂趣，最後我戰勝了自己的憂慮及恐懼，體會了成功的滋味。對我來說，樂團的每一次練習及演出是森林裡的大灰熊、心中的憂慮則是擔心自己死掉的恐懼，每一次練習都要想著做好最好、最頂尖，這就是我在跟大灰熊抗戰，練習一次比一次的好，我一次又一次的殺死了大灰熊，把我每一次的成就累積起來，在最後演出的時候，對抗的是我自己內心的憂慮，讓我的自信去戰勝它，這樣我就成功了！

這本書讓我相信成功是給準備好的人，平時點點滴滴累積自己的實力、不懈怠，訂定一個完美的成功法則，並且能夠抗拒外在的誘惑，依照自己的目標一步一步向前邁進，堅持到底，最後成功一定離你不遠。

四●討論議題：

當你陷入失敗的困境，你要如何從失敗中走出來？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：商一甲

科 別：商業經營科

名 次： 第三名

作 者：劉佩蓉

參賽標題：巧克力戰爭 讀書心得

書籍 ISBN：

中文書名：巧克力戰爭

原文書名：The Chocolate War

書籍作者：羅伯·寇米耶

出版單位：遠流出版事業股份有限公司

出版年月： 2008 年 09 月

版 次：初版

一●相關書訊：

一直到 1974 年出版的《巧克力戰爭》，羅伯·寇米耶才真正聲名大噪。這本書是根據他兒子比得拒絕賣巧克力所引發靈感的小說，同時受到許多的成人與青少年讀者的熱烈討論，僅美國一地即就已經銷售三百萬冊以上了，多年來不少博碩士論文以此書為研究主題。但因他的內容極具震撼力，並挑戰了教育體制與宗教等等禁忌，而始終成為美國保守團體抵制的對象，甚至一直到 2004 年仍是年度查禁第一名的書。本書在 1988 年改編成電影。

二●內容摘錄：

羅伯·寇米耶設計出最殘酷的場景與許多卑鄙的人性。剛剛喪母的傑瑞·雷諾有著瘦小的體格與軟弱的父親，但是處於天生與後天弱勢的他，卻必須獨自對抗守夜會和師長-雷恩修士的挑釁與攻擊。在正常的情況下，高中生是依舊處於人生懵懵懂懂的階段，但是天主教三一高中的學生竟然會懂得建立秘密組織、設立會規、到處為非作逮！在世俗的眼光中，神父應當是仁慈何善的一位人物，但是雷恩修士放肆的挪用公款，使用許多心狠手辣的手段，為私是利用盡其極。小說中的身惡勢力份與社會形象衝擊出驚奇的反差性，產生極大的諷刺效果，而正義與邪惡之間不平等的對抗顯得非常殘暴！

三●我的觀點：

讀完《巧克力戰爭》這一本小說，我的心情就非常的沉重。而我彷彿受到了震撼教育，被迫在作者筆下扭曲變形的世界去看我們所熟悉的社會與人性。我的觀感似乎獲得了徹底的建設，這部小說讓我重新建構了對人性的看法！

作者文筆流暢，以犀利的文字生動的寫作手法來描述人物的性格、感覺與動作。在閱讀文章的過程中，我彷彿身歷其境，一直沉浸在小說的世界中。例如：他在沒有證據的情況下，當眾質疑葛瑞格·貝利作弊，並且如同玩弄獵物般地以言語威脅、挑釁，欲誘使他坦承無中生有的罪行。最卑鄙的是他甚至以主之名指控貝利，然後 180 度地扭轉局勢，嘲笑見死不救的同學與假仁慈地讚揚貝利的勇敢行為。這一段精心的安排成功地將雷恩修士捉摸不定、陰沉病態的個性表露無遺。同時也為主角反抗的理由埋下伏筆....

小說中的雷恩修士以巧克力義賣活動這冠冕堂皇的理由，到處販賣巧克力，但是所賺取的錢卻已用，如果你不買巧克力的人便會成為 特立獨行、可恥的、不合群的「魔鬼」。也因此成為了 眾矢之的，到處的在校園中遭受騷擾、刻意冷落、甚至是肢體上的攻擊！在這一種情況下的我們是否會一直秉持正義，堅定不移，孤獨奮戰 的精神呢？還是會屈服於惡勢力之下？還是會忠於自己的聲音，最後成為悲壯的英雄呢？小說中敘述著一場善與惡的決鬥！雖然故事中大多都是【惡】佔上風，但是最後【善】終於贏了！這也就是象徵良善絕對不會被擊敗，也使讀者對人心的善面產生一線希望的曙光....

現實社會中的我們總是喜歡觀看美好的事物，喜歡接觸社會的光明面。但是這部小說提醒了我們世界上仍是存在著許許多多骯髒且齷齪至極的惡人惡事。《巧克力戰爭》以激烈的方式迫使我們正視這個問題的嚴重性，並且要我們重新檢視我們的道德標準和抗惡的勇氣。人心看似脆弱，一捏就碎，但是若能擇善固執，那我們的生命也能綻放出永恆及燦爛的光芒！只要相信忠於自己、戰勝恐懼，我們都可以完成偉大的事蹟！

我從這本書學習到的是做人要誠實而且要據理力爭，像是小說中的陳阿義與阿三兩人，雖然當時打破嘸玻璃，但是最臭還是誠實認錯了，也才能有這圓滿的結局。但是如果他們到了最後還是不肯認錯，選擇將這件是藏在心裡，也許金泉堂和小還之間不會有休戰的一天，反而會愈演愈烈呢！這樣對大家反而沒有好處，還會浪費力氣這種事情上面。

四●討論議題：

如果我是《巧克力戰爭》裡天主教三一學高中其中的一員，身為整場事件的旁觀者的我，我可以做什麼呢？是一開始就幫助傑瑞嗎？還是繼續冷眼旁觀？還是在事情最後給傑瑞一個溫暖的擁抱，說：「傑瑞，一切的事情都會變好的!!」

如果是你，那你會做怎麼樣的選擇呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：乙

科 別：商經科

名 次：第三名

作 者：楊尚潔

參賽標題：混沌，重整思緒。

書籍 ISBN：9789861750675

中文書名：秘密

原文書名：The Secret

書籍作者：朗達・拜恩

出版單位：方智出版股份有限公司

出版年月：2007 年 7 月

版 次：初版

一●相關書訊：

這個大秘密，幾世紀以來，就零星的在一些古老的傳說、經典和哲人的口中出現過。但這是第一次，所有跟這秘密相關的訊息，都同時匯聚在此且無隱藏的揭露。在這本說中，你將可學會如何把這個秘密運用在自己人生中的各個層面，而且你也將會掌控與支配，當你開始運用它時，會訝異於它為你的人生帶來的喜悅與轉變。本書是許多偉人的生命歷煉和智慧結晶，他們皆是運用了秘密的力量，去獲得了他們的健康、財富、快樂。這是一本作者自我探我的書。

二●內容摘錄：

- 1.你在心中所見到的，將會成為你手中所得到的。(第 23 頁)
- 2.這宇宙將會為了你，開始重新調整自己來為你而生。(第 65 頁)
- 3.你能改變生命。你能自我療癒。(第 150 頁)
- 4.內在的喜悅其實就是成功的燃料(第 193 頁)

三●我的觀點：

有些恍惚，我接觸這本時，我才 15 歲。我總認為我目前所學的東西幾乎都被重整了一番。有些荒唐，但它卻是如此的真實。大人教我要樂觀，我現在似乎明白了，因為「心知所向」。長輩們總說我很成熟，我自己也不意外，畢竟我從小的教育，使我不得不成熟。「秘密」這本書使我思想更加成熟，我可以很自信的說我成長了。

書中一直強調要往好處想，也一直說不要讓負面思想充斥著自己，很困難，卻很有道理。許多偉人不就有著堅定的信念，才以所謂成功的機會。

看這本書可以讓我聯想到許多成功的人，所以我非常堅信「秘密」的道理！了解這個祕密，就沒有做不到的事；不論你是誰，你想要什麼，這個祕密都能給你！這是令人振奮的一本書！

人們總是要花時間尋找過錯，專注過失。還是要花時間創造建設，正面行動？在不信任氣氛的瀰漫中，本書證明了我們能完全的信任自己，還原本以幸福為基礎的生命原貌。人最大的問題，一直都是逃避，而不是問題本身！逃避了，自我催眠了，以為一切都好了。但秘密的真髓是：我們想要怎樣，先讓我們的心靈成為那樣。

我看了一些介紹吸引力法則的書籍，常感到非常的興奮想要試試看效果如何，於是我開始很努力的專注在想要的目標上面，並且試著讓自己產生美夢成真的感覺，可是不管怎麼想，就是無法長時間達成夢想成真的感覺，換來的只有一堆恐懼、害怕與自我懷疑…

我知道要放下內在負面的情緒，停止負面吸引，但是卻力不從心，於是只好任由自己一下子很 high，然後一下子又滿臉愁雲慘霧，然後再非常用力的調整感覺，但卻又沒什麼效果…那種一個人在黑暗中摸所秘密的感覺，其實挺難受的。

然而一般性的書籍對於吸引力法則的描述大多為：「專注在想要的畫面，停止不想要的，然後讓自己“保持很好的感覺”。」坦白說，直接套用這個方法之後，會發覺這樣的方法往往只能實現一些小型的目標，一段時間之後就變得不太靈光了，無法帶來大幅度的轉變，而且越是渴望越是想要的目標越是得不到。

我們所身處的宇宙，是一個基於自然法則所構成的世界，每一個法則都運作著不一樣的事情，就像重力法則掌管重力一樣，雖然你不一定了解它也看不到它，但是你每一天都深受它的影響。同樣的吸引力法則也是一樣，不管我們願不願意，它都支配著我們的生活。即使我們拒絕它的存在，它的效用依然不會消失。

某天，我看了一本書，偶然發現內容間與秘密有曲同工之妙，內容提及「若你能懷想、能深信，就能達成。」很像，不是嗎？還有另一句，為「一個人心靈力量能想像的，另一個人心靈的力量一定可以創造的。」

這兩句話與秘密的吸引力法則都十分相似，目的只是叫人想你所想，便能達你所想，道理一樣簡單，是不？

但我卻很迷惘，對於未來我摸不透方向，我很怕這樣的迷惘，會不會引想到了我內心的秘密呢？所以我會怕，怕我的成功在我迷惘之餘，漸漸離我遠去，很傻，卻很真實。我上網去查，渴望知道秘密中的秘密，卻看到了：

有人無法心想事成，只是因為不知道制定攻頂計畫的秘訣。
有人無法實現美夢，竟然是他不知道自己真正想要的是什麼。
有人無法吸引財富，是因為他認為自己不能擁有財富。
有人無法實現目標，竟是因為他不知道如何打開內在的「燈」。
有人學了一堆方法，卻因為缺少經驗所以無法持續的吸引。
有人整天情緒低落，不管怎麼做就是無法擁有良好的情緒狀態。
有人每天努力想像，但卻不知道內在的匱乏感早已將機會與靈感彈開。
有人運用吸引力法則沒有效果，卻不知道他所使用的方法其實並不完整。

其實呀，成功真的很微妙，只要想就好，但是，人常常會被現實所左右，忘了去想你所想，成功理所當然遙不可及了。所以認真去想，未來無限美好。

四●討論議題：

- 1.為什麼不是每個人都過著他夢想中的生活呢？
- 2.作夢是不事也和秘密有關？
- 3.到底制定攻頂計畫的秘訣是什麼呢？
- 4.要如何才能移除內在的自我限制與匱乏感呢？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：商一甲

科 別：商業經營

名 次： 第三名

作 者：李承錚

參賽標題：理直氣平

書籍 ISBN：9789573266358

中文書名：理直氣平：勇於改變才會進步

原文書名：理直氣平：勇於改變才會進步

書籍作者：洪蘭

出版單位：遠流出版事業股份有限公司

出版年月：2010 年 05 月 01 日

版 次：初版

一●相關書訊：

目前台灣教育還是有很多的迷思尚待破除，大人也仍有許多的觀念尚待改變，唯有深度自我期許的社會才樂於已檢討；唯有檢討之後積極有效的行動，才能使自己進步，人最怕守成、安於現狀不肯改變，事情只有做了才會知道哪裡有要改進。年輕人其實不怕犯錯，只要不犯第二次錯就好；現在社會上瀰漫著多做多錯的心態，這是要不得的。

現在的人也習慣空口說白話，只聽樓梯響，不見人下來要知道那是紙畫大餅，充不得飢的！講得在好聽都抵不上一個執行力，天下事只有實際動手去做了，才有成果出來。這一代的年輕人如果要和別人競爭，第一要有穩定的情緒，(包括接受批評的雅量)，其次是嚴守自律，第三是抗壓性高，第四是閱讀能力強。

若能從這些文章中得到一些新知、一絲喜悅、一點啟發，人只有不畫地自限，每個人頭上都有一片天。

二●內容摘錄：

丹麥哲學家齊克果說得好：「人生只有走過才會了解，但是必須前往看才活得下去。」沒有走過，不知人生是喜還是悲；走過了，知道了，不要怨嘆。牛奶打翻了，哭是沒有用的，因為覆水難收，要趕快想辦法賺錢再去買一罐新的牛奶。但是必須檢討牛奶為什麼打翻，因為「前事不忘，後事之師」，只有確切檢討才能保證下次不會再犯。(p.56 第二段)

教養孩子順期天性即可，唐代柳宗元借種樹郭橐駝的嘴說得好：要讓樹長得好，必須「其根欲舒，其培欲平，其土欲故，其築欲密」。種下去了，不要時時挖起來看，耐心等待，他自然以茂盛的果實來回報你。(p.150 第七段)

三●我的觀點：

國一的暑假很輕鬆自在，然而國一時候的我學習不是很順利、人際關係也不是很好，所以我的成績也不是很理想，於是爸爸給我這本書當作暑假作業，一開始最吸引我的是第 5 篇-溝通力，從小我就不怎麼愛說話，所以一直被家人、親戚當成乖孩子，有時跟別人說話時，容易說錯話或是得罪他人，就因為這樣我就開始拒絕與人溝通，不過這本書「理直氣平：勇於改變」給了我開始跟家人、同學和老師溝通的一股力量。

我去讀的的目錄有 2 個：(一)第 5 篇-溝通力-訓練口語能力從閱讀著手，成功需要天時、地利、人和，但是前兩者操之在人，自己不能控制，只有最後一項操之在己只要虛心有禮貌就能得到別人的救助，「人和」就是溝通的能力，講話不得體或時機不對都容易會得罪他人，相反的可以獲得他人的尊重以及幫助，看完這本書後，我也開始閱讀其他的書了，我發現我閱讀的越多我的口語表達能力也變好，剛開始跟家人說話時很容易跳過一句話，例如「今天我很開心，甚至打到差點嘔吐。」，家人聽到後，馬上用嚴格的語氣說質問我為什麼打架！我應該說「今天我很開心，籃球比賽拿冠軍，甚至打到差點嘔吐。」，少了一句話的確可以讓別人的態度馬上 180 度大轉變。慢慢地我跟家人說話時他們的表情不再有一臉困惑了，我終於有信心可以跟同學聊天、老師說話了，也有勇氣去面對所有的難題，也有自信去做我自己了，自從我的表達能力變好，我真開始承認溝通的能力不好的人，講話不得體或時機不對都容易會得罪他人，相反的溝通能力好的人，可以獲得他人的尊重以及幫助，之後的國中兩年，我過得很順心如意的生活，生活也過得很快活，幾乎沒甚麼煩惱了。

(二)第 5 篇-溝學習力-青春是閱讀的最好時機，上國一時我的國文是我最差的科目，也是我最討厭的科目，所以我時常不經意在上課中睡著，然後那時的教育部即將提出新的規定國中學生基測的作文分數必須超過 4 級分，我的班導師、國文導師和家人很擔心我沒辦法畢業，所以在暑假期間老師給了我一堆書叫我去讀當作寫作文的練習，當時的我不是很喜歡讀書和上學這兩件事，所以騙老師說我有在讀，然而被發現我根本沒有讀，老師很生氣的在某天打電話給爸爸，隔天爸爸拿了一本封面綠綠的、有個媽媽的書給我，然後說這本就當作我的暑假作業，看到這本書的標題時，當時我的心裡想說這本書一定又是講一些道理和看不懂的東西，翻開目錄時我發現是說她人生遇到的故事和如何解決問題的事，看前面時有一點人生不時遇到的趣味，中間有她人生體認到的事和如何解決的問題，後面

是給人正面的事，讀完之後有一股意猶未盡的感覺，於是我把老師給我的那些書拿來讀，後來我的國文大有進步，其他科目也有些進步，老師和家人也都給了我不錯的讚美，就此讀書和上學書不再是我的煩惱了。

這本書「理直氣平：勇於改變才會進步」，給我很多的幫助，很適合給工作繁忙的父母親和不愛讀書或是成績差強人意的學生讀一讀，裡面有很多故事跟人生非常相似，只有一線之隔的距離，值得嚐試。

四●討論議題：

現在生活在充滿數位時代的我們和將來的孩子，能有更好教育或是生活嗎？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：甲班

科 別：資料處理科

名 次：第二名

作 者：羅悅玲

參賽標題：傾城之戀

書籍 ISBN：9573305437

中文書名：傾城之戀

原文書名：傾城之戀

書籍作者：張愛玲

出版單位：皇冠

出版年月：1991 年 08 月 01 日

版 次：初版

一●相關書訊：

本書及半生緣原為「傳奇」一書，後方修訂為兩本，摘錄傳奇自序以及再版自序。在原版自序中，張愛玲提及論語一句「如得其情，哀矜而勿喜。」以表示愛情中個人感情的曲折，並將各平易的短篇故事視為傳奇，以而命名，亦希望讀者在翻閱時能夠想起身邊所發生或聽聞過的事物。

而在再版自序中，作者提及了自己年少時的幻想——待自己的書出版了，裝模作樣的問著自己書的銷路，是讓人感到少女般的天真開懷。而後轉回現實，倉卒的時間沒給她任何寬裕，對於寫作成敗的狂喜，也不比當年，遑論文明的興旺衰敗如此急速，不論奢華浮美總要成為過去，因此更要快，少時感到遙遠的事物一步步逼近，然而作者轉看當下，似乎又是矛盾而愉悅的，此書便是作者一里程碑。

二●內容摘錄：

「轎夫與吹鼓手成行走過，一路是華美的搖擺。看熱鬧的人和他們合為一體了，大家都被在他們之外的一種廣大的喜悅所震懾，心裏搖搖無主起來。」(p.48)

「敦鳳獨自坐在房裡，驀地靜了下來。隔壁人家的電話鈴遠遠地在響，寂靜中，就像在耳邊：『葛兒鈴……鈴……葛兒鈴……鈴！』一遍又一遍，不知怎麼老是沒人接。就像有千言萬語要說說不出，焦急、求懇、迫切的戲劇。敦鳳無緣無故

地為它所震動，想起米先生這兩天神魂不定的情形。他的憂慮，她不懂得，也不要懂得。她站起身，兩手交握著，自衛地瞪眼望著牆壁。『葛兒鈴……鈴！葛兒鈴……鈴！』電話還在響，漸漸淒涼起來。連這邊的房屋也顯得像個空房子了。」

(p.25)

三●我的觀點：

張愛玲的筆法，一開始看來總是困頓，畢竟不同於平日所閱的書籍，但多讀了些頁，卻能夠將不同時空、不同身份、不同年齡的讀者給完完整整的浸泡入事件中，比起平日所翻的書籍，更能留下無窮回味。

作者的筆，輕輕地勾勒出每一小則故事，沒有大起大落、沒有奢華鋪張，有的只是一篇篇隨處可見的光景，似乎出門時抬頭一望便可觀見，卻又夾帶了心酸而悲愴的細小心情，初婚的、再嫁的、老夫老妻的、甚至是戰爭下的女人都給描繪了出來。不論故事是喜是悲，總帶了漠然而矛盾的悲然，困自己、怨他人，歡笑的總是有那麼些勉強，似乎身處美滿之中令人稱羨，又好似離幸福兩字甚遠，伸長了手勾也勾不著的奢望，時間滴答的在走，故事卻永遠也不盡。

此書收錄多篇短文，我卻獨獨喜愛鴻鸞禧一篇，娶嫁何等令人振奮之喜慶，卻順帶滲出誰知道的委屈！婚宴的欣喜，我似乎找不著了。玉清在裏邊試個衣，兩個小姑在外頭說長道短，當了新娘子，就這麼難得奢侈了一次，卻給夫家留下了不擅用錢的樣，盡是議論；婁太太人前兇著夫，望著能讓人想說丈夫對她是又愛又恨的，可只留下了潑悍，丈夫也由得她，給自己留下了好脾氣的名，私底下卻是恰恰相反，幾百年前的雜事老成長串的舊帳掛上丈夫的嘴，一是吵便又說個說不停，婁太太知丈夫囂伯因外人在場才留給她面子、才讓得她，似丈夫的好是外人功勞般，更是厭了外人，而婁太太做人總是有些不夠，不論是一盆如洗時的還是家道興隆，過了這些年似乎也只有失敗一直支持著她；棠倩及梨倩有些年紀卻尚未出嫁，喜宴中花招是一個接一個的出、辦法是一個接一個的擠，卻總是不知有無給人留個鮮明印象、有無給哪位多金情郎看上了。

張愛玲筆下的女人，似乎是隨時的在望著愛情，不論開頭是怎樣雀躍歡喜的，到尾了也剩下愛情——狠咬著心頭的難受愛情。三十年前的女人、三十年後的女人，是時代變了、習俗變了、人的樣也變了，卻依舊苦惱了相同。

是上一輩的給媒婆介紹了未曾謀面的終身伴侶，又或者是下一輩的自由戀愛，牽著手低語呢喃著要白頭偕老，晚年也相同的只剩下委屈和丈夫的晚歸，當初男人眼中的白玫瑰成了衣上的飯黏子，怎樣拚的贏同丈夫心口上一顆硃砂痣般的火紅玫瑰？又是當年男人眼中的紅玫瑰，數年過了成牆上一抹蚊子血，怎拚的贏丈夫在心頭的床前明月光？或許人總望著得不到的東西吧，就算他人眼中是怎樣的美好，看了看自己卻也只有感慨，留情一文中的張老太太一人撐著家、算著家計，

望向敦鳳是羨慕，敦鳳卻也只顧著賭氣，鬧著性子說是為了錢才和米先生相伴，可又哪是真心的在說。

想了一想自身，一段情裡兩個人各付出感情的多寡心知肚明，哪一天白髮蒼蒼無話可說了，兩人坐在倚上大眼瞪著小眼的開不了話頭，是遲早會來的吧？在那之前的甜蜜恩愛不是虛假，憶著卻有無比遙遠，既是如此到底要許嫁和類伴侶才能無所抱怨？順著時間流逝，妻太太腦海中的古早熱情喜宴，也同著壯夫喝叫聲搖搖擺擺的，剩在腦深處的一絲回憶，或許哪一天我們也成了誰的絲片回憶，這些紛紛擾擾似乎也不是那麼重要的了。

四●討論議題：

不論東西，早在古時傳說中便提出了許多精神上的自由戀愛層面，但早幾年些依舊是有著媒婆等職業，讓素昧平生的兩人一見面便是一輩子，而不是打從一開始便由自由戀愛進而論及婚嫁呢？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：三年甲班

科 別：商業經營科

名 次：第二名

作 者：鄧佳容

參賽標題：我想念過去，我想念，我自己

書籍 ISBN：9789573266600

中文書名：我想念我自己

原文書名：

書籍作者：Lisa Genova

出版單位：遠流

出版年月：2010 年 07 月 01 日

版 次：初版

一●相關書訊：

我的昨天消失了，明天還是未知數，我該為了什麼而活？

愛麗絲·赫蘭是一位才智過人、事業有成的女性，五十歲的她是哈佛大學認知心理學教授、全球知名的語言學家，丈夫也是哈佛的癌症分子生物學家，三個孩子都已長大各有發展。

有一天，愛麗絲發現自己的方向感變差，變得健忘。就醫後，悲劇般的診斷徹底改變了她的生命，也改變了她與家人和世界的關係。一方面，她罹患了侵蝕心靈的阿茲海默症，不斷偷走她視為「自己」的部分，記憶趕不上遺忘，令她逐漸失去與外在世界的連結；另一方面，她卻發現世界在她眼前的模樣開始改變，不斷改變，每一天都有新的方式去生活、去愛，記憶並不是她生命的一切……

二●內容摘錄：

我不相信有一天再也無法這樣做。(p.133)

她聽夠了。我受不了別人這樣看我。就算罹患失智症，也比被人當成壓力過大、憂鬱病發的酒鬼還好。(p.185)

地址和人名。她依稀有點印象，感覺就像清晨醒來，知道自己做了一個夢，甚至曉得和什麼有關，然而怎麼絞盡腦汁就是抓不住夢境的細節。徹底不在，消失了。

(p.246)

三●我的觀點：

如果一個人忘了自己的配偶、兒女及朋友，甚至忘了自己是誰、姓什麼，那他還是原來的自己嗎？記憶逐漸崩毀，殘留下來的是零碎卻無法拼湊的片段，沒有任何事是比知道自己會慢慢忘記自己來得殘酷又痛苦，時間一天天過，病魔一天天吞噬記憶，蠶食鯨吞，當人的記憶喪失到這種地步，還有原來的人格嗎？心中還有過去累積的感情嗎？阿茲海默症，一個大黑洞，吞噬了患者的記憶，吞噬了患者的人生，也吞噬了患者本身，然後他只能想念，想念他自己。

我想如果我沒有讀過這本書，我將永遠不會了解那些患有阿茲海默症的病人所需面對的困難及痛苦，阿茲海默症至今還是無法治癒的疾病，病情不能逆轉，只能緩和，初期忘記了短期記憶，漸漸地，患者喪失的是長期記憶及過去的一切。人們依靠著記憶，保存了人生中的酸甜苦辣、喜怒哀樂、美不勝收的風景、垂涎三尺的佳餚、好運降臨的喜悅，失去摯愛的痛苦，所有的情緒，如果沒有記憶為我們保存，我們怎麼還能一而再的品味過去、懷念從前？就算擁有過人的智慧及天賦，也難逃病魔的摧殘，消失的記憶中，同時也代表著原來熟悉的世界漸漸改變，而且無法阻止，就算你在記憶猶新時努力記著，病魔也會殘酷的將它全部而且一滴都不剩的吞噬。

生命中有許多避也避不掉的挑戰及關卡，最讓人覺得奇妙的是，它往往會找到一個出口或是方法解決，然後延續周遭的愛與向前走的力量，相較於一般肉體上的絕症，阿茲海默症就是心靈上的絕症，無藥可救。初期的病狀，病患還有病識，但他們還是得看著自己走向一條失去記憶的不歸路，最令人覺得殘酷的是癌症病患還知道自己對抗的是什麼，但阿茲海默症這種病，即使是書中的愛麗絲，擁有智慧的教授，也只能坐以待斃，只能任由記憶一點點慢慢消逝，然後殆盡。

看完這本書，其實我的心情到現在還是無法平復，那種失去自己、只能想念自己的恐懼，讓我飽受震撼，我無法想像如果我是愛麗絲，我是否有勇氣走過，看著記憶消退卻無力阻止，那種痛的感覺說不上來，但我知道能平靜接受的人並沒有幾人，畢竟要向別人承認自己是阿茲海默的病患需要多大的勇氣，此刻站在你面前的這個人，在未來的日子裡，他是誰？阿茲海默症就像一大張黑幕，慢慢的蓋住自己的心智，直到全然黑暗。

愛麗絲說：「我的昨天消失了，明天還是未知數，我該為了什麼而活？」但她接著要說：「我會忘記今天，但不表示今天一點都不重要。」看完這段話，我

明白了愛麗絲的想法，因為她遠比那些正常人了解，人不要活在過去，要活在當下，過去的記憶固然重要，但在這一刻、這瞬間的記憶，更是重要。

四●討論議題：

- 1、目前全世界對抗阿茲海默症的努力，你認為有什麼進展？
- 2、你認為我們應該要多了解阿茲海默症嗎？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：資三丙

科 別：資料處理科

名 次：第二名

作 者：麥劭瑋

參賽標題：真善美

書籍 ISBN：9789867247728

中文書名：三杯茶

原文書名：Three Cup of Tea

書籍作者：葛瑞格·摩頓森；大衛·奧利佛·瑞林

出版單位：馬可孛羅文化

出版年月：2008 年 6 月 12 日

版 次：初版

一●相關書訊：

摩頓森·葛瑞格出生於美國明尼蘇達州，三個月大即隨前往非洲擔任傳教工作的父母遷居坦尚尼亞。原是熱愛登山的急診室醫護人員，1993 年紀念早逝的妹妹而攀登世界第二高峰 K2，結果不僅攻頂失敗，更在返途中迷路，幸運受到科飛爾村民救助，他深受村民的純樸善良所感動，許諾將重回科飛爾幫助他們建造學校，自此成為中亞地區兒童教育的人道工作者。

他當年攀登 K2，是為了紀念早逝的妹妹，並在因緣際會下，承諾為當地村民蓋一個學校；十五年後，他已經在中亞地區協助建造六十多間學校；一個早逝的女孩的生命，促成了另一群女孩的重生。

摩頓森現任中亞協會執行長。中亞協會成立於 1996 年，主要任務在於促進並提供中亞偏遠山區孩童受教育的機會，特別是女孩子。

二●內容摘錄：

「當你第一次跟巴提人喝茶的時候，你是個陌生人，第二次你再喝茶，你就是我們的貴客，第三次你再和我們一起喝茶，就已經成為家人，我們會願意為他們做任何事，甚至是死。」(P.170)

「但是女孩會留在村子裡，成為社區的領導人物，並且把所學再傳承下去。如果

我們真的想改變當地文化、讓婦女獲得力量、改善基本衛生環境、醫療照顧與嬰兒的高死亡率，答案就是教育女孩子。」(P.237)

「德蕾莎修女說，她們的工作是要照顧『飢餓者、赤貧者、無家可歸者、殘疾者、癲瘋病患者，所有覺得被整個社會遺棄、無人關愛的人，以及成為社會負擔、人人閃避的人。』。」(P.268)

三●我的觀點：

「一個早逝女孩的生命，讓另一群女孩擁有改變世界的力量。」

看完這本書之後，除了勵志與感人，也使我獲益良多。原來這個地球村中有非常多的偏遠國家需要援助，就像和現實生活是不一樣的世界，沒有和現實接軌的國家，保有最原始的自然環境與生活型態。但他們是如此的困乏和無助，渴望政府能伸出援手，卻一次又一次地被忽略、遺忘。他們的村子沒有橋可以通行，只好用繩子綁住木箱，冒著生命危險渡過。因為缺乏水資源，逼不得已要使用被汙染的水源度日，因此村子裡大多數的人民都得了傳染病，而原本欣喜迎接的新生命，也都活不過一歲。他們珍惜每一份資源，卻不奢求富裕的生活，只希望他們的孩子能夠「受教育」。可是回歸現實，他們沒有錢能夠蓋一間學校和聘請教師，所以只能等待，等待著世間的溫情與愛。

摩頓森為了紀念早逝的妹妹，決定去挑戰不可能的任務—攀登世界第二高峰K2。卻在半途迷路而放棄了攻頂的機會，在飢寒交迫的情況下，科飛爾的村民伸出溫暖的雙手幫助他，並將他視為上賓禮遇，也因為三杯熱茶才能逃過一劫，進而與村民結下緣分。在村子生活的幾天裡，摩頓森看見那些孩子，在寒天中只能坐在沙地上用棍子練習寫字，他們沒有學校、沒有老師，但是他們想要接受教育。摩頓森為了表達感謝之意，他告訴自己要送給這個村子一所學校。寫了五百八十封信募集資金及十六份贊助申請計劃書，在得到一位善心人士的幫助後，摩頓森開始為當地的村民建橋、蓋學校、聘請教師、提供獎學金……。十幾年來，他在各個偏遠地區興建學校、婦女中心、青年旅館，以及規劃淨化自來水的工程。因為「三杯茶」，改變了摩頓森的一生，也為這些村子點亮了愛！

無私的奉獻是一種幸福，即使是小小的善意，而對需要幫助的人是滿滿的愛與關懷，何樂而不為呢？德蕾莎修女曾經說過：「我們試著做的事也許只是落入大海中的一小滴水，但是如果沒有那一小滴水，大海會變得小許多。」光是有一惻隱之心是不夠的，必須付諸行動，讓需要幫助的人感受到自己的心意。慈濟就一個很棒的例子，證嚴法師讓我們看見愛是無國界的，不求回報地付出，讓受災戶被溫暖緊緊擁抱著，是如此偉大的善行！善意，掌握在手中。只要有心，就能把愛傳

出去。每次看到有募款箱或是看見「順手捐發票，救救植物人」的發票箱，我都會停下腳步貢獻一己之力，嘴角便會微微上揚，因為付出而滿足。我很喜歡莎士比亞說的一句話：「上天生下我們，是要把我們當作火炬，不是照亮自己，而是普照世界。」現在的自己實在很幸福，偏遠地區的孩子渴望受教育，卻沒有學校可以就讀。所以，能夠在良好的學習環境讀書的我們要知足、惜福。

我告訴自己：「未來，我要成為一個熱於助人的人。」

四●討論議題：

除了在這本書裡感受到摩頓森滿滿的愛心之外，有一件事情很值得大家去省思，為什麼科飛爾村的人民沒有學校呢？他們的政府是否忽略了這一塊小拼圖？他們一再等待，也盼望不到當初政府所給的允諾……。每個人民都是地球村的一份子，不該被忽略、遺忘。當我們發現有人需要幫助時，不要吝嗇你的愛心，「施比受更有福」，讓愛包圍整個地球吧！

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：資二甲

科 別：資料組理科

名 次：第二名

作 者：江珮晴

參賽標題：人生不加框的閱讀心得

書籍 ISBN：986755LL68

中文書名：人生不加框

原文書名：

書籍作者：章晴雨,李翰祥

出版單位：培育文化

出版年月：2004 年 08 月

版 次：初版

一●相關書訊：

我們總是會給自己太多設限，太多限制，讓自己的思考模式受限了，讓行為也被侷限了，為什麼不能換個角度、用另一個思維去想呢？為什麼我們常用自己習慣的方式來處理難題呢？難道單調乏味的過程每個人都可以接受？我想，還是有人會希望不一樣的吧！何不跳脫人生的框框，用靈活的想法、觀點來待每件事？其實人生的受限，是自己給自己的壓力，是自己強迫自己不可以越界，有的時候，有些事，換個思考方式，轉換心情，你會發現一件事，並不是只有你眼睛看到的才是真實。別給生活、一切太多限制，你會發現另一個新世界在不遠處等你。

二●內容摘錄：

人有些時候也是這樣。很多人不敢去追求成功，不是追求不到成功，而是因為他們的心裏面也默認了一個「高度」，這個高度常常暗示自己的潛意識：成功是不可能的，這個是沒有辦法做到的。「心理高度」是人無法取的偉大成就的根本原因之一。(p.7)

很多事情，並不是自己被別人打敗了，而是自己被自己的失敗心理打敗了！

(p.8)

三●我的觀點：

在面對同一件事時，每個人都有各自的看法，而這看法大多都是固定的思考模式得來的，因為我們習慣性用一定的思維來想，但是一成不變總是不好，如果當事情有了變數，可是我們卻沒有其他替代方法，那麼，這問題就會卡在那，或許要很久才能解決，是該適時的讓腦袋靈活靈活，而不是非常制式的要「想法」必須這樣，一定要那樣。比如說，下班放學的尖峰時刻，主要道路都會塞車，這時你就該想想是否有其他替代路線，而不是耗時間等著前面那台車前進，而不是非常堅持著要走原來的路。人，常常給自己加了很多不必要的限制，像是：思考、行為、言語……等，我們應該跳脫那些框框！

除了前段的「思維限制」之外，還有就是：人，最大的敵人——自己，我們很少會明白到自己就是自己的敵人，因為我們很直覺性的催眠和不斷告訴自己：敵人是別人，我要挑戰的是別人，但是其實我們該挑戰的是本身，該面對的也是本身，或許是內心受限了，才會有這樣想法，這沒有誰對誰錯，只是，我們應該跳脫那些框框了！

自卑，也是一種無形的框框，它抑制內心，它限制思考，它侷限舉止。有人會因為它失去信心，想東想西，悶悶不樂，這是需要慢慢改善，需要一段時間才會好的，很多外在因素都會影響，因為自卑，可以說是個性的一種，它啊！並不易改不易變。

簡單的問題，人們會比艱難的問題的犯錯率更高，錯誤率也會多，這是為什麼？因為我們的認知會覺得：「答案就是這個了！沒有其他的了。」或是「照常理來想，答案肯定是這沒錯。」，這些都是思考受限了，是該動動腦筋，用不同思維了！

我們習慣把現在擺第一而未來就先暫時放一邊，因為大腦被說服成：「本來就該這樣」，可是，這樣是對的嗎？就像是：一個人的一生，不能只看過去、現在就斷定以後的一切，因為凡事都會改變，時間會變，人會變，環境會變，所以應該將眼光放長遠一點，看未來也要顧現在，而不是短視近利。

要跳脫人生的邊邊角角和框框，或許並不簡單，也或許很簡單，其實，心理的想法和思考真的很重要，因為有很多事物雖然有很多解決方法，或是思維及邏輯，但是在這麼多的方法和想法裡，一定會有一個是最佳方案，我們沒辦法讓自己的腦袋隨時都有又快又好的想法，可是至少我們要有靈光的腦袋瓜！

以上的觀點和想法都是因為內在被限制所有的事情，人、人生其實不用這麼多框框來規範，也是有很多新奇的想法可以解決不同難題的，也是有不少創意的想法能克服迎面而來的棘手問題。

四●討論議題：

你是否常常替自己加了很多框框呢？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：英二乙

科 別：應用外語

名 次：第二名

作 者：謝欣諭

參賽標題：尋找自我

書籍 ISBN：

中文書名：我。睡了。81 個人的沙發

原文書名：

書籍作者：連美恩

出版單位：遠景出版事業有限公司

出版年月：2010 年 10 月

版 次：初版

一●相關書訊：

我曾經趕的要死，以為這個世界只有一種可能性，卻不知道自己到底在趕什麼。幸好，因為我終於忘了自己是誰，所以我終於找到我自己。儘管我們面前還有多少東西必須學習，原來最重要的，是給自己一段獨處和消化的時間。願不管什麼年紀的人，都給自己一個去流浪的機會。情感豐富，任性魯莽，所以一天到晚在冒險。還好，除了 18 歲那年從三層樓高的斷崖上跳下來，20 歲那年在時速 120km 的高速公路上逆向行駛外，其餘的大驚小怪，都只是在餐桌上講出來讓大家笑一笑罷了。

二●內容摘錄：

遇到人生的溝時，把自己丟到溝裡面，寧可在溝裡面痛苦，也不要一生都不面對納悶迷惑 p.14。

絕對的美麗或絕對的醜陋其實並不能真正撼動我們，所謂藝術，其實是一種人們對自己華麗又痛苦的偏執，而感動，就在全心全意追尋自己心中理想畫面的那一刻 p.44。

玩是一件好空虛的事 p.54。

旅行到這一刻我才明白，人生就像拍照一樣，只有我們像要呈現的那個畫面是美好的，而框框外面的那些真實，往往醜陋的讓人難以面對 p.76。

這是一個會讓人盛開的城市，它讓女人像一朵盛開的花，燦爛奪目，香味濃郁，

但誰不知道當花開得最盛的時候也代表花朵即將要凋零 p.127。

三●我的觀點：

這本書是在敘述作者還是 24 歲小女孩時，對即將大學畢業充滿著疑惑和無助，最後她選擇放棄眼前看似美好的一切，而獨自在歐洲「流浪」了十四個月，她將這次的旅行稱為「自我放逐」，目的是為了要找尋真正的自己，而不是在台灣的環境下生存的自己，作者覺得當時的她不是真正的自己，想停下腳步，給自己一個流浪的機會。流浪讓我們遠離了所有我們最習慣的東西，流浪把我們送上和自己獨處的道路上，流浪很辛苦，但流浪讓我們認識自己，在台灣，流浪根本就是天方夜譚的事，認為一定會花上許多的錢，卻一點幫助也沒有，但作者打破了這句話，作者在前九個月裡，只花上了 20 多萬，這相當於利用寒暑假短短的幾個月出國留學的錢，作者利用了沙發衝浪來減輕住宿費的問題，沙發衝浪是一個很好的出國省錢的方式，也可以與當地提供她住宿的 host 成為好朋友，透過當地人更深入了解當地的文化，在互動過程中對彼此產生文化不同的影響，而不是當個觀光客走馬看花，雖然有時會遇到一些奇奇怪怪的 host，要如何自保且全身而退都是要靠自己的，作者用機伶的智慧，面對當下的狀況，甚至去闖許多恐怖的地方，或是當地的紅燈區。在讀這本書時，有時都會隨著文字內容的起伏而替作者感到擔心，但因為她的大膽作風及勇於冒險的精神，才會有如此精彩的故事內容，有時真佩服她的勇氣敢如此的不畏危險及懼怕。

讀完這本書後，我真希望自己也能有像作者那樣的勇氣，獨自流浪，但我真的有那樣的勇氣尋找自我嗎？現在準備高三的我，就像作者所說的一樣，一直讀書，好像讀書就是人生的目標及生活的重心，唸上好大學對未來才會有所幫助，唸完大學不是工作就是讀研究所。如此多的大學及科系，真不知道自己興趣的所在，而面對廣闊的未來也沒有任何的目標及想法，只知道唯有讀書，才是目前唯一的方法吧，看完這本書後，發現到真應該給自己一個機會獨處，想想未來。

書中有提到剛開始時作者認為倫敦是一個孤單且冷漠的城市，因為沒有人會理會你，但也因為沒有人理會你，最終，你可以做一個百分之百的你（第六章），像是書中有一張照片是在大笨鐘下有一位割腕的女孩子，這正是強調了倫敦帶給人的感受就是寂寞。透過朋友的勸說作者也終於有勇氣面對一直要她當醫生的爸爸並寫封信告訴他，她的想法，最後終於得到了爸爸的支持，接受了她的攝影夢想及現在工作，當時看到這裡時我差點就要哭了出來。作者在剛開始旅行時，有一度想放棄的念頭，但她告訴自己，不是為了找一個答案嗎？才獨自到陌生的環境，最後還是堅持下去了，也是因為這樣的堅持，讓作者找到了真正的自己。

這本書真的很值得推薦給許多正對未來感到迷惘的人讀，看完後一定會有所收穫，對未來也會有些許的想法，來一段探索自我的旅行吧！

四●討論議題：
對自我的了解有多少？

優等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：一年級

班 級：甲

科 別：資料處理科

名 次：第二名

作 者：許婉伶

參賽標題：愛

書籍 ISBN：9570825391

中文書名：鐘聲又再響起

原文書名：鐘聲又再響起

書籍作者：李家同

出版單位：聯經

出版年月：2003 年 3 月

版 次：初版

一●相關書訊：

李家同的文章在台灣出版界是一個異數，他默默地為文字接上了溫度，永遠不說教的親切敘述中，讓人感到暖流淌進心中，並且久久不散……說他是良心的敲鐘人，一點也不為過。這本精選的散文合集，共收最受歡迎的舊作 7 篇、新作 12 篇，是他給現世混濁的生活環境，一塊滌心清腦的明礬，一生敲醒內心昏睡已久的鐘鳴。書中充滿人為氣質、卻又帶著強烈情緒氛圍的插畫，是圖畫界最受矚目的新銳——紅膠囊，又一突破窠臼的力作。兩人的文圖搭配，意境融合，卻仍各自有令人餘思的空間，是一本可以伴隨一生的好書。

二●內容摘錄：

修女告訴我，老法師常常來，過去都有人送，為什麼這次沒有人送？他也不清楚，每一次他來，都帶一小袋吃的東西來，這次就是一罐奶粉和一盒餅乾，看起來，這些食物大概是別人送他的，他節省了以後，就送給小朋友，這使我想起耶穌所說的話：「如果你有兩件內衣，就該送一件給別人。」 P.115、116

三●我的觀點：

李教授的文章，字字牽引著我進入每個情感之處，腦中浮現的故事情節，使我心中的感動久久無法言語。

往往我們的歷史中，總是記載那些地位較高、受人崇敬的人物，但卻忽略了那些

真正需要被關懷的人們，我們常常都只欣賞完美的表面，那些需要被正視的問題，卻避而不談，現在的社會貧富差異大，有錢的人還是很有錢，貧困的人還是很貧困，不改變看世界的角度，人類的歷史也就只會重蹈覆轍的前進。

俗話說：「知錯能改，善莫大焉」，那對於曾經犯下殺人事件的人來說，想重新做人，我們是否該原諒他們呢？這是近來議論紛紛的議題，而在我看來，他們是需要被原諒的，如果處罰了他們，不就等於失去了一位改過自新的好人了嗎？雖然從被害人的立場看來，那人可惡至極，但人人都希望擁有被別人「寬恕」的機會。親情是人生中不可或缺的一種感情，有的人一出生只有父親或母親，或者是父母都不在身邊陪伴長大，因此會更不敢過父親節或母親節，因為他們不知道父母為何當初會拋下他們，而感到憎恨，但通常那些父母都有不得已的苦衷，誰會不愛他的孩子呢？更偉大的是：那些收養小孩的人，他們跟小孩沒血緣關係，但還能付出如此多的愛及包容，讓小孩能平安快樂的成長，這愛是如此的偉大。

現在的都市人，因繁忙於工作上，卻忽略了人與人之間的往來，都持著自掃門前雪的心態，利益成了生活的目標，總覺得這城市缺少了一種感覺，而在鄉下地方，人們時時刻刻關心著別人，一個人有困難，全村一起想辦法，村子裡有事情，一個大聲公，全村都知道，這種濃濃的人情味，散佈在整個村落，但這種社會的關愛已越來越少，人與人也漸漸疏遠，能真心交談的知音，一生中也難找到幾位，我們如何在這競爭的社會中，找回以前那種純真、溫暖的感動，是人們重要的一大課題。

你相信人間處處有溫情嗎？，一個自己陷入艱難的困境中，遇見了和你處於同個處境中的人，你會選擇犧牲自己，救活別人，還是殘害他人，自己得利呢？看到一個小孩沒了雙親，哭著找爸媽，你會棄之不理，還是會認養他呢？我很佩服選擇幫助別人的人，那需要很大的勇氣，因為人都會有私心，總是會先想到自己，而時時為對方著想的人，是很偉大的，如何改變自己的心，如何從他人的角度看事情，這一切都是需要一種愛，那就是真愛，一個擁有真愛的人，他的世界充滿著快樂，也會受到別人尊敬的眼光，而我認為，李教授就是這樣的一個人，從小人物的角度，寫成一篇篇淺顯易懂，讓人心中充滿感動，也改變了我做人處事的對策，我不想做個聰明人，也不想當一個有錢人，我只想做個心中充滿“真愛”的人。

四●討論議題：

說一個善意的謊言，真的是在為對方著想嗎?真的是好的嗎？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：三年級

班 級：資三丙

科 別：資料處理科

名 次： 第三名

作 者：莊怡君

參賽標題：有為者亦若是

書籍 ISBN：9789862163511

中文書名：讓天賦自由

原文書名：The Element - How Finding Your Passion
Changes Everything

書籍作者：肯·羅賓森、盧·亞若尼卡

出版單位：天下文化

出版年月：2009 年 06 月 25 日

版 次：初版

一●相關書訊：

『四個關鍵問題，決定你是否活出自己 天資/什麼是你真正的力量所在？ 熱情/哪件事讓你永遠充滿活力？ 態度/你讓際遇左右生命，還是用態度創造運氣？ 機會/如何為你的熱情找到實踐的管道？ 我們每一個人，任何時候，只要願意，都可以做到。』

每個人都有長處、優點、多在這些方面發揮。做自己最喜歡、最投入的事。即使在最低潮也要有積極正向的態度。學校成績常不是決定一個人成功的關鍵因素。

---黑幼龍

人的能力，智力只占一小部分，身體感官的能力，心靈反省的能力，可知的想像力，未知的直覺……，都是人類天生具有的能力。

二●內容摘錄：

1.天命為人類潛能賦予不同的定義,在每個人的身上也以不同的樣貌展現,但天命的組成元素卻是共通的。P.38

2. 所有學童最初踏入學校的時候,都擁有如火花般四射的想像力與肥沃的心靈淨土,在思想上也富含冒險精神 P.45

3. 天命的兩大成分是"天資"與"熱情",兩個先決條件是"態度"與"機會" 歸屬於天命的順序大約是:我有、我愛、我要、在哪? P.51

4.線性評量表上的分數無法代表一個人,分數相同的兩個人不可能做同樣的事,擁

有共同的熱情,或創造同等的成就。P.83

5.尋找天命的目的,就是讓你可以嘗試用不同的方式體驗世界,進而發現自己真正的力量所在。P.83

三●我的觀點：

剛開始看到這本書的標題時，我愣了一下，因為怎麼會說「讓」天賦自由呢？哦！原來意思是說現代的人受限於教育環境的制度與傳統思想窠臼的框架，因而壓抑了本身的天賦能力。人生下來都有著獨一無二的超能力，只是那些超能力在多數人身上是不容易被發現的，那是因為不了解自身蘊藏的力量，以為自己做不到、不可能。有許多天才、科學家、成功的藝術家以及搖滾天團披頭四…這些人並不是比其他人幸運或是特別受上帝寵愛，而是因為他們比別人更勇敢、更努力、更堅持，並且他們清楚的知道方向、也知道該採取神麼樣的行動去達成目標，然而，每個人都有屬於自己的天命，都是要靠自己摸索、尋找、創造。

讀這本書需要花時間思考和記憶，因為每一章節都會衝擊到腦袋裡原本既有的「舊觀念」，灌輸了別於以往校園裡所教導的傳統理論。第十一章「學校的好成績不代表人生的好成績」，作者指出校園裡的分數，只能做為一個參考，並且如果以線性評量的分數來判斷一個人的未來是很不公平的。知名作家九把刀的父親曾說過：「我常常說，我不怕孩子調皮，只怕孩子笨，他會調皮搗蛋代表他還有那個腦筋。」但現在的教育體制都是在比較中做比較，美國、英國、包括台灣還有許多先進的國家都偏向於以下三個傾向。

作者列出三大重點，偏重特定學科能力、傾向科目階級制度、依賴特定種類的評量方式。的確，這對於現在正在求學階段的學生來說都很重要，不論是準備升大學的高中生或是畢業後要進入職場找工作，都要靠畢業成績、在校成績、證照、特殊表現…。所以多數的學生們都要承受著沉重壓力，必須在幾種制式測驗中，不斷的追求更高的分數來取得證明自己的能力。舉例來說，多益測驗、英檢、技術士證照都是如此…。但…這樣真的好嗎？好吧，如果是大學或是企業公司徵選人才，我想這會是一個好方法，但不見得是最好的方式。

我特別喜歡第六章「你願意付出多少代價？」沒錯，為了要達到目標，到底該投入多少的代價去交換？有的人認為與其走在崎嶇的小路上不如選擇一條安穩又舒適的大道。多數的人們都在心裡有著很大很美的夢，但真的能去實現的人又有多少？而做不到的那些人理由都是…不敢放手去闖看看，因為不知道做不做得得到…這些因素都來自於團體同儕的壓力和長輩父母們的期許，父母親希望自己的孩子能走在他心裡所規劃好的線性圖上，順利的畢業、進入研究所、然後找一個穩定收入的工作、養家、結婚…。況且我們生活在資訊爆炸的時代，這些資料每天都用好幾倍的速度在不斷增長，誰也不想要留在最底層，所以發展趨勢就只能靠超

越、再超越來證明自己的能力，萬一走了一條和別人不同的路，而且沒有成功，那豈不是淪落到什麼也沒有的地步嗎？

四●討論議題：

現在的教育環境和制度真的是對學生好嗎？

有沒有更好的方法或管道可以改善這種現象？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：甲

科 別：商業經營科

名 次： 第三名

作 者：溫家宜

參賽標題：生命是時間做成的

書籍 ISBN：986-7769-76-7

中文書名：生命是時間做成的

原文書名：

書籍作者：奚華

出版單位：百善書房

出版年月：2004 年 09 月 23 日

版 次：初版

一●相關書訊：

雖然人們總是嘆息生命短促，但是我們卻在每個階段，都盼望他的終結；而同時盼望成年，成年盼望成家，之後又想發財，繼承又希望獲得名譽地位最後又想隱歸。生命是一篇小說，不在長，而在好。我不要黑白的人生，我要彩色的人生，所以我會認真的去看待每一天。我要我的每一天都活的很精采。人都是這樣的，平時不好好把握，當你失去後才知道後悔，一定要自己親身經歷過才懂得珍惜。你珍惜生命嗎？那麼請不要浪費時間，因為時間是生命做成的……。

二●內容摘錄：

消極的心態能乃造成失敗的主要原因。(p15)

當你實現的夢想不僅僅是為了自己，而且也是為了別人的時候，你就會有過多的成就感。(p24)

錢只有在使用時，才會生產它的價值，如果放著不用，就根本毫無意義。(p31)

失敗了也要昂首挺胸。(p39)

人就是這樣，當知道自己沒有退路，反而會激發出連自己都難以相信的能量。(p49)

摔倒了就要爬起來，但別忘了再抓一把沙子。(p55)

讀書，是你事業的必勝之路，是你走向成功的鑰匙，是最佳的精神寄託。(p61)

強者不是天生的，強者也並非沒有軟弱的時候，強者之所以成為強者，在於它善於戰勝自己的軟弱。(p90)

三●我的觀點：

我是因為這本書的書名很酷，所以就拿來看。裡面有很多的小故事，都是告訴我們失敗了不要氣餒，從哪裡跌倒就從哪裡站起來等等……。它有分兩部分：一是從失敗中走向成功；二是從生活中找到自強。我覺得這本書寫了很多我覺得很有意義的話。他說得很對，生命是時間做成的，如果我們一直在浪費時間，就等於在浪費人生，這樣我們的人生就沒意義了。我們應該要好好的珍惜每一刻，不要到最後才在後悔。可是說的簡單，做的難啊！從懂事到現在，不知道聽了多少遍這種話了，大人們走過的路比我們長，吃過的飯也比我們多，所以他們領悟到的事情也比我們多很多，就會常常跟我們說不要浪費時間、要好好讀書，不然長大了會和他們一樣在田裡工作，很辛苦的。可是有些人就是不聽，他們就是要等到錯過了才在那邊後悔，說什麼「早知道就……」，可是世界上沒有早知道，如果有我也想要早知道啊！

看完了這本書之後，讓我知道要「珍惜現在所擁有的每一分每一秒，不要等到錯過以後才在懊悔。」現在我要努力的把浪費時間的習慣改掉，我很珍惜我的生命，所以我不要浪費時間，因為那就等於浪費我的生命。生命是有限的，我不希望我的人生裡有許多讓我後悔的事情。每個人都很喜歡錢，有人一生都在賺錢，成了富豪之後，還是不停的在賺錢；有些人一生賺的錢遠遠不及富豪的十分之一，但是他們懂得滿足，懂得滿足的人才會快樂。像有些富豪們每天都不開心，每天都有要煩惱的事情，但是如果他懂得釋放自己的壓力，不要天天想著賺錢，不要給自己太大的壓力，我想他應該就會比較快樂一點。時間是不等人的，所以要把握當下，不管是哪一方面，家人、朋友、情人、同事等等……。還有失敗了也不要氣餒，當你跌倒的那一刻，你已經離成功不遠了，放棄就又等於是回到原點，所以失敗為成功之母，把失敗的例子當作經驗，然後不在犯同樣的錯誤，這樣你離成功又近了一點。人生是長期在考驗我們的毅力，唯有那些能夠堅持不懈的人，才能得到最大的獎賞。

第二部分是對自己要有自信，如果你想的是厄運和悲哀，那麼悲哀和厄運就在前面，因為消極的詞語會破壞一個人的自信心，不能給人以鼓舞和支援。如果我們以不同的方式思想，會有不同的感受和行為，這全在於自己如何思想。正像詩人約翰·米爾頓寫的：「心靈可以把天堂變成地獄，也可以把地獄變成天堂。」我們要常常往正面的方向去思考，不要往負面，正因為我們什麼事都往好的地方去想，所以在過程中才不覺得很困難。不要活在別人的價值觀裡，我們要活出自我，要有自己的風格。如果處處想要討好別人，那麼最後將會喪失自我。

人生平等，根本沒有高低貴賤之分。我們不能因為自己權位高而欺負地位低的人；也不能因為我們是窮人就被別人欺負。俗話說：「不怕別人看不起，只怕自己沒志氣。」雖然窮，但我們也要窮的有志氣。

四●討論議題：

為什麼人們往往在失去之後才知道後悔？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：商二乙

科 別：商業經營

名 次： 第三名

作 者：陳如意

參賽標題：夢想

書籍 ISBN：978957803811

中文書名：為夢想流的五種眼淚/

原文書名：

書籍作者：李思源

出版單位：平裝出版有限公司

出版年月：2011 年 2 月

版 次：初版

一●相關書訊：

十五歲隻身離家海外求學的李思源，把他的心情及感受生動得逐字描寫出來，十五歲的他早早決定了自己的志向，受到父母親的影響，他決定朝電影業發展，於是主動提出留學的計畫，踏上這一步後，遠離了年輕人的叛逆歲月，她開始寫劇本，開始邁向成熟，成為令人意想不到的李思源，在追逐夢想的路上，他發現五種最具意義的眼淚，離別、寂寞、悔過、信任、驕傲。他寫道：如果劉學是我的使命，那麼流浪就是我的任務。無論這條路多長多久，我永遠將家鄉銘記在心，並以此為榮。他也期許自己能和李安一樣，贏得奧斯卡獎。

二●內容摘錄：

1.離開台灣以後，我變得對雨水的味道特別敏感。也許是溫哥華不常下雨的緣故，每當下起雨來，聽著那打落在窗上的水滴聲。嗅著雨水和泥土的纏繞，它就會很強烈地勾起我的思鄉之情。沒想到我對台灣的記憶。竟是雨水。(p.48)

2.「夢是令人放心的，她的發生和結束那天都沒有人知道。」「憂傷像泥沼，讓人越陷越深。」「如果有人懂得青春，那他就不容易擁有青春。」這是出自我媽媽的詩集《月亮上的女人》，我不敢相信這位樂天逗趣的媽媽，竟是個美妙的詩人。(p170)

3.這些年來，我一直在維護某些情感。其實我保護的是自己深怕受傷的小心靈。

在這麼多種面具中，我最不敢戴上的，就是勇敢的面具。(p148)

三●我的觀點：

十七歲的我們或許還在尋找未來的目標，在人生的海洋中尋找自己的方向。某次生涯規畫課，老師要大家寫下自己未來想從事的職業，一半以上的人是一臉茫然，即使已有目標也還在試探期，無法肯定的寫下，那些在職場上占有一席之地的人，多數在確認目標後就大膽的前進，而我們卻還在猶豫不決！李思源從十五歲就毅然決然朝自己的夢想邁進，把自己當成海綿，努力吸取自己所需的知識，有了目標的人生，靈魂不再感到空虛，目標就像動力推著他朝尖峰邁進。

也許是缺少「機緣」讓我們去發現自己的興趣，於是更需要積極的尋找。國中時一位名列前茅的同班女同學敘說自己曾參加廣播電台的營隊活動，於是立志當廣播人員，從國一開始成機沒掉過前三名的她，決定朝更高的夢想「資優班」前進，機測成績放榜，果然如他所願進了心中理想的學校，也藉著參加大種傳播的機會，每個月固定排班到後山電台錄音，也找到一群熱愛廣播的同好。夢想真能使人不斷前進，激發潛能，到達巔峰。

初次來到溫哥華的李思源，襲捲而來的除了寂寞，還有濃厚的思鄉之情，而第一個想到的竟是雨水，因為離別才有思念的機會，到外地唸書的遊子，開始想念父母的聲音，想念家鄉的菜餚，甚至想念不起眼卻習以為常的事物，更驗證了「失去後才懂珍惜」暫離會使人成長，在開始的前兩年，他過得並不快樂，就像把鸚鵡放在隔間的錄音室，不給牠任何聲音模仿，甚至夢到爸爸去世的惡夢，有次上學時在雪地裡滑倒，他沿路哭到學校，寒冷的冬夜裡，除了兩行熱淚，全身都是冰冷的，但他得學會堅強，種種挫折讓他曾懷疑自己的決定，並竟留學是條不得後悔的路，我領悟到所謂的「堅強」不是人類的一種性格，而是成長中必定要學會的一種「技能」。

和社會接觸一段時間後，他覺得長大後就必須將自己戴上面具，且不只一種，而他最不敢戴的，就是「勇敢」的面具，我們都想在眾人面前表現出最勇敢的樣子，但心裡還是藏著深深的畏懼。社會是現實的，在某些場合帶上適合自己的面具是展現自己最好的一面，也代表著尊重和盡責。我最想要的是快速轉換情緒的面具，它能讓我快速進入某種情緒，卻又能配合場合快速抽離，每種面具都是經過百搬歷練得來的。

夢想若與金錢和名利綑綁上，就失去了靈魂與創意，一個沒有靈魂的夢想才是真正的無稽之談，李思源的父親李國修是個舞台劇演員，母親王月也是戲劇工作者，生長在一個幽默與創意兼具的家庭，父母從不給他設限，能自由依自己的思考成長，所謂的表演藝術，就是人生縮影，當演員在創造人生角色時必須賦予他們目

標，人生也是如此，一個沒有夢想的人，彷彿沒有魂魄的肉體，察覺不出生命的重量。

四●討論議題：

- 一、如何在求學階段中幫助自己發掘興趣?
- 二、對於達到目標我們該如何規劃?
- 三、如果是你，會選擇留在本島學習或是出國留學?

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：丙

科 別：資處科

名 次： 第三名

作 者：陳雁琳

參賽標題：不存在的女兒

書籍 ISBN：97898669734

中文書名：不存在的女兒

原文書名：The memory keeper's daughter

書籍作者：金・愛德華茲

出版單位：木馬文化

出版年月：2007 年 4 月

版 次：初版四刷

一●相關書訊：

本書《不存在的女兒》是作者以她在長老教會聽牧師說的真實故事，加以改編而成。

《不存在的女兒》觸及了許多非常根本的家庭問題：父親封閉沉默、母親尋找獨立、兒子在太多的不確定之中掙扎成長。短篇小說家出身的金・愛德華茲用細膩的文字訴說主角的內心世界，使每一個章節都成為完整又充滿懸念的故事，彼此以謊言相繫。她的文字不故作矯飾，也沒有刻意的煽情。

華人家庭向來壓抑，《不存在的女兒》證明這個課題其實舉世皆然，唯有愛與溫暖可以帶來救贖。

所以，不管是完整或不完整的家庭都應該讀讀這本書。

二●內容摘錄：

你是靜止不動的那一點，所有東西都繞著你轉。（p.163）

她心中一直有愛，唯有她先付出愛，心中才能再得到愛。（p.251）

別把事情弄得更糟，別說出讓你後悔一辈子的話。（p.309）

當然你躲過了傷心的時刻，但是，大衛，你也錯過了很多歡樂的時光。（p.254）

因為所見的是暫時的，所不見的是永遠的。（p.76）

三●我的觀點：

一對雙胞胎的命運似乎在生下來的那一刻就已注定。書中人物結構很簡單，但彼此之間的情感糾葛卻不是三言兩語就可以帶過的。書裡每個個性鮮明的人物，就像在畫素描一樣，隱隱透出那份說不透的明與暗、黑與白，一點一滴地敘述著彼此的心境。

醫生大衛本來可以擁有一個相當幸福快樂的家庭，卻因為一個錯誤的決定，讓他的家庭、人生都變了樣。當他將唐氏症的女兒送走的那一刻，似乎就註定要承擔這個祕密一輩子，他的內心一定非常的煎熬，他必須幫他明明還活著的女兒舉辦喪禮，他想幫助他老婆走出喪女的傷痛，可是卻無法坦白，而他們一家三口日後的生活，也彷彿一直存在著這個「不存在的女兒」，整個故事的演變與發展，全繫於大衛一個人的抉擇……一個轉瞬間的念頭，一個出於善意的生死欺瞞，改變了兩個家庭的命運。一開始，他毅然選擇了逃避菲比存在的事實，進而讓所有身旁的人，都一起走向逃避這條路。他小心翼翼地隱藏這件事情，甚至連自己的妻兒都隱藏。書中我們看到他那種充滿自責的愛，雖然有著無邊的包容，使他在他人眼中稱聖，但卻也壓垮了他深愛的家人。

而他們的兒子保羅，相當渴望得到父母的關愛，卻因為理想跟父親大衛期望的不一樣，常常起爭執，對父親充滿不諒解。另一方面，菲比卻在陽光中快樂的成長，這是另一份愛，但卻不晦暗，而是開朗的，相較之下，那個「不存在的女兒」似乎過的比他們還要好，這是多大的諷刺啊！

而那個幫忙接生的護士卡洛琳，我很佩服她的勇氣，這是需要多大的決心才有辦法辦到，先不說照顧一個唐氏症的小孩到底會多辛苦，她首先就得克服別人異樣的眼光。我也很敬佩她的堅強，努力為這個小孩向不合理的教育體制抗爭，努力給這個小孩一個幸福的生活，或許在物質方面比不上醫生大衛他們家，可是在心靈方面卻比他們充實很多。

一個謊言，到底得付出多少代價……在大衛死後，這個祕密被發現了，活著的人解脫了，可是大衛他卻帶著這個他說不出口的祕密而死去，當初的決定改變了一切，而從他拍的一張張照片裡，可以感覺的出內心的那份虧欠一直伴隨著他，所謂「一失足成千古恨」，因為犯下了彌補不了的錯誤，而產生了永遠的遺憾。至於選擇，就只是個念頭而已……「得到」與「失去」並不在當下就是個定論。只要選擇，就是一種取與捨的安排。在當下做了自己當時認為最有利的決定，然而，事後來驗證，又是否真能如願呢？所以，人的一生中，可能最需要積極學習的一門功課，就是學會「不後悔」。

世界上有太多的不如人意，我們到底該如何決定呢？

四●討論議題：

如果是你，你會比較想當那個缺乏關愛的兒子，還是那個不存在的女兒？

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：二年甲班

科 別：商業經營科

名 次： 第三名

作 者：黃雅萱

參賽標題：了解人性的八堂課讀後感

書籍 ISBN：957-33-2169-6

中文書名：了解人性的八堂課

原文書名：

書籍作者：吳淡如

出版單位：皇冠文化出版有限公司

出版年月：2005 年 9 月

版 次：初版

一●相關書訊：

對於人生，大部分的人都會抱著遲疑或不確定的態度來面對，我們要如何認清自己和別人的不同，不能只一昧的聽別人的想法或跟著其他人的步伐，作者透過一般生活中會遇到的事情來教我們什麼是人性，書中作者也談到自己的愛情和親情，更大方抒發生活感觸、記述社會觀察還剖析了人性的真實。很多事情，或許我們只看到它的一小部分，但是對人性而言，卻不是這麼輕易的事，我們總是把「人性」看得太過簡單，直到自己受騙之後才會知道事情的嚴重，而從中記取教訓，雖然作者是寫著了解人性的八堂課，但真的要學會如何面對，也許上八百堂課也學不來吧！親身體會更能感受到，學習這門課，並不是一件容易的事呢！

二●內容摘錄：

p.19 面對不喜歡我們的人，是人生一大挑戰，卻也是一大功課。

p.45 任何小習慣、好習慣，一旦演奏成『非如此不可』的旋律，都將成為禍害。

p.96 只有自己追求的人生，才是自己的。父母的手，畢竟不是全能的上帝之手。

p.106 叛逆是一種養分，只要你懂得吸收，它總會幫忙你開花結果。

p.108 比較有主見的人，都屬於不想被過度在意的人。

p.134 太注意細微處的人，肩上總有沉重的壓力，把自己困在淺灘。

p.147 問題不在於環境好不好，在於自己上不上進！

p.171 人生若還有一口氣在，同志們都需不斷努力！

p.213 命好不好，跟女人美醜無關，跟她對自己的期許與規劃有關。

三●我的觀點：

這本書雖然談到我們還沒有接觸到對於愛情的觀點，告訴我們不但要學著被愛，也要試著愛別人，不管是家人、朋友還是情人，每個人都享有愛與被愛的條件，但要如何接受或付出，才是我們必須要學習的，沒有一個人是出生就不被祝福的，所以每個人都需要愛，付出雖然不一定會得到，但沒有付出是一定不會得到的。但在人生方面，卻對我們有非常大的幫助，不管是在職場上還是面對社會都是一樣的，要學著與他人溝通及討論，沒有說出來，根本就不會有人知道自己想要表達的是什麼，所以不管是對是還是對人，都要溝通，儘管只是一件非常微不足道的是，如果沒有說出來，也許它會越來越嚴重，也許它會越來越困難，甚至到最後可能就不是自己可以解決的事情了。在工作上，真的要完全相信自己的夥伴嗎？他們真的可以完全的服從自己嗎？還是只是為了得到他們想要的利益呢？這個社會上，太多說不定的東西，而這都要從「了解人性」來看，好多說不定的事情，沒有了解人性的話，最後傷的只會是自己。從小的時候，父母就經常告訴我們，自己學到的東西才是自己的，如果沒有真正的吸收，之後要用到的話，最吃虧的也只會是自己，我們不是為了父母讀書，更不是為了老師讀書，而是為了自己，能學得好的人，通常都知道自己需要的是什麼，有句話說：「成功的人找方法，失敗的人找藉口」，有時候會覺得爸媽為什麼要一直逼我讀書，那時候只會越來越不喜歡讀書這件事，等到真的學以致用的時候，卻覺得這一切其實是很值得的，如果當初沒有人強迫，自己當然也不可能會去接觸，所以在適度壓力下的我們其實才是最有進步空間的，只要還活著，我們就必須要學習，活到老就要學到老，努力是成功的必要條件。書中也提到，我們要喜歡自己的敵人，面對他們，其實也不用覺得恐懼，從他們身上，其實可以成長更多，也要思考，我不喜歡他們什麼？為什麼會不喜歡？我做的每件事情是不是也有和他們一樣的地方，如果有的話，就要學著改變，沒有一個人是十全十美、玩美無缺的，就像古人說：以銅為鏡，可以正衣冠；以古為鏡，可以知興替；以人為鏡，可以明得失，看看別人哪裡需要改進，也要時常檢討自己是不是有哪些的方做錯，面對問題時要接受它，而不是逃避它，逃避的話只會不斷的出現問題，而這些問題都是還沒解決的，不管如何接受它之後再來處理，不要棄之不理就可以了。我們要常常規劃自己的未來，以及接下來要做的事，不要只是隨便敷衍，有規劃的行程會更有意義，只要我們還活著，就必須為自己的生活努力下去，不管之後成功與否，我們還可以告訴自己，我們曾經沒有放棄過。不管自己或別人遇到的問題，學著面對吧！只有親身經驗，才會真正的體會出「人性」的不同。

四●討論議題：

- 1.人性的問題還要了解多少才能真正明白人的想法?
- 2.社會上有沒有完全不被任何認討厭的人?

甲等

學校名稱：國立花蓮高商

年 級：二年級

班 級：二年乙班

科 別：資料處理

名 次： 第三名

作 者：余淨儀

參賽標題：罪行——讀書心得

書籍 ISBN：9789861341736

中文書名：罪行

原文書名：Verbrechen

書籍作者：費迪南·馮·席拉赫

出版單位：先覺出版股份有限公司

出版年月：2011 年 06 月 30 日

版 次：初版

一●相關書訊：

每個看似單純的犯罪案件背後有多少不為人知的秘密又或者是一個滔天巨浪的人生。當事情不像表面上看到得如此的簡單，那法律又可以帶來所謂的正義嗎？正義又是什麼呢？正義難道是非黑即白的嗎？在這個世界上有什麼事情是絕對的？絕對的「是非」！絕對的「對錯」！很多事情都處於灰色地帶，這才讓人了解公平與正義的界限竟如此模糊。因此這本書裡的每個故事都很吸引我，都能讓我深深的思考著，如果我是當事人，處在相同的環境，會做怎樣抉擇！

二●內容摘錄：

倘若不是這般節制而冷靜的敘事，所有曲折細節將流於腥羶得窺奇， 如果沒有那麼同理而柔軟的視角，一切駭人聽聞就只是待除的毒瘤， 於是他人的罪行之過，也是自我的反思之鏡。「p.5」

我們所能夠談論的真實，本身從來就不是真實。「p.9」

於是我們繼續往前掙扎，像逆流中的扁舟，被浪頭不斷地向後推入過去。「p.60」
辯護律師只是正義之車上的煞車罷了；該法官則回答，一輛沒煞車的車也不能開。
刑事訴訟只有在此正反兩極的角力下，才能發揮它的作用。：「p.111」

三●我的觀點：

一個看似什麼都有家庭裡，姊弟倆卻要相依為命在假日打臨工賺取零用錢，因為他們的母親在他們小時後就因為意外身亡，父親娶了一個個老婆但卻沒有一個超過三年的，父親創造出一個富裕的家，但因為沒有時間關心孩子所以就雇了一位老護士當他們的管家，管家為了將孩子教的有紀律、不驕縱所以對他們兩姐弟非常嚴格，但不久後管家也死了，父親就將弟弟帶到一個建築工地要好好磨練他，他們過得相當的不好，連工錢也只有別人的三成，還要司機偷偷塞錢給姐弟。剛開始兩人對父親心存畏懼，漸漸地轉變為憎恨，他們與父親漸行漸遠。姐姐是個天才大提琴家，在她接到音樂學院的入學通知單後她決定要帶著弟弟離家。但這個問題卻帶來了一場家庭革命，姐弟向父親說明這幾年來他們的痛苦，最後父親終於答應了並且給了他們一筆龐大的錢。姐弟用這筆錢走遍了歐美各國，到處演出，他們倆相依為命、形影不離。但有一天他們打算要去玩時，不小心出了車禍，姐姐幸運的只受了點輕傷，但弟弟的頭部卻撞到一顆石頭，並且被車子輾過。弟弟的傷勢惡化，還好父親花了大筆的錢請來名醫才把弟弟救了回來！弟弟動了十四次刀，剩下的只有變形的軀體，但最糟的是一他完全喪失記憶力，而且無法記住三四分鐘以前發生的事。漸漸的他們越來越少跟外界有聯繫，因為姐姐受不了其他人看弟弟的眼光。有一天姐姐拿出大提琴演奏了起來，弟弟好像對大提琴有不同的感覺，在他的記憶中還有些事是牢牢記住的，雖然他什麼都想不起來，所以姐姐每晚都會在床邊為弟弟演奏大提琴。在過了六個月之後，弟弟的傷疤開始疼痛，醫生判斷要再次截肢，而且不久後弟弟也會失去說話的能力，姐姐再也無法接受這樣的打擊，於是在某一天，她在弟弟的飯菜中加入了大量的安眠藥，等弟弟昏睡時，他將弟弟推到浴室，她就抱著弟弟靜靜的坐在裝滿水的浴缸，回想著小時候為了省錢也常常這樣，當她親吻她的頸後，他讓弟弟沒入水中。弟弟深深的吸氣，安眠藥奏效了，弟弟毫無掙扎的死了。姐姐抱著的的的遺體兩個小時後才起身報警，在做筆錄時她把弟弟和他的所有一切，從童年到死亡為止都仔細的說一遍，但在之後她卻從來也沒有再提過這件事、也沒有再提過弟弟。姐姐因謀殺罪遭受到羈押，她的律師常常到監獄看她並帶來許多的書籍，他在獄中不斷的閱讀，直到有一天，他在牢房中姐了一封信給父親，然後就在獄中上吊自殺。隔天，他們的父親因過度悲傷而舉槍自盡。最後她還在書中留了一段話給律師「於是我們繼續往前掙扎，像逆流中的扁舟，被浪頭不斷地向後推入過去」。

我覺得一個深愛自己弟弟的姐姐，要殺了自己的至愛，需要多大的勇氣，他們兩個在好不容易得來的自由中互相依存，但當弟弟不再認識她甚至把她當做一個性幻想的對象，又或者是醫生一次次的宣部他的死亡即將到來，姐姐要如何承受這一切！出於愛，他將犯下了死罪，她不想讓弟弟如此的痛苦，她無路可退，但卻選擇了一個最極端的手段，來結束了一家人的生命。這本書中是由一位德國的律師寫的，十一則真實的故事，每一篇都裡我深深得省思、掙扎，讓我彷彿身在其境，在司法與正義中不斷的拉扯。書中在說的就是這個灰色地帶，沒有什麼事是非黑即白的，當罪行與司法之間加上了人性之後，正義就變得不是我們所想的那

樣，人性往往導致了不同的結果。之前我看過一部電影裡面有一句話說：「法律並不完美，因為創造它們的人類也不完美，但法律卻成為了人類保護自己的最後一道防線！」，這句話很有道理，也很耐人尋味，但現今的社會中越來越多所謂的恐龍法官，我們又該如何是好也是很重要的一環。

四●討論議題：

如果你是那位姐姐，你要如何幫助弟弟?會選擇用一樣的方式嗎?